

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO SÓCIO-ECONÔMICO
CURSO DE GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS ECONÔMICAS**

**A CONCENTRAÇÃO DE CAPITAIS
NO SETOR DE SUPERMERCADOS**

LUIZ MODESTO MAYER

Florianópolis, junho de 2005

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS ECONÔMICAS**

**A CONCENTRAÇÃO DE CAPITALIS
NO SETOR DE SUPERMERCADOS**

Monografia submetida ao Departamento de Ciências Econômicas para
obtenção de carga horária na disciplina CNM – 5420 Monografia.

Por: Luiz Modesto Mayer

Orientador: Prof. Dr. Lauro Mattei

Área de Pesquisa: Economia de Empresas

Florianópolis. junho de 2005

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS ECONÔMICAS

A Banca Examinadora resolveu atribuir nota ao aluno Luiz Modesto Mayer, na disciplina CNM 5420 – Monografia, pela apresentação deste trabalho.

Banca Examinadora:

AGRADECIMENTOS

Ao meu orientador, professor Lauro Mattei, pela sua paciência e persistência em manter-me como seu orientando por quatro complicados semestres.

À milha querida filha Gisele, pelo apoio logístico na manutenção organizada do material bibliográfico, e por ter reduzido o volume do som nas vezes em que precisava me concentrar.

(Em memória)

À minha querida e saudosa mãe, que em novembro último acolheu o chamado de Deus e partiu para a eternidade, o reconhecimento de seu filho e o meu mais profundo respeito.

RESUMO

O presente trabalho demonstra o processo de concentração de capitais no setor de supermercados ocorrido na última década. Para tanto fez-se um levantamento através de informações colhidas junto ao site da Associação Brasileira de Supermercados, ABRAS, relativas ao faturamento bruto das cinquenta principais redes de supermercados do País no período compreendido entre 1992 à 2003 dentre as 300 empresas catalogadas pela ABRAS. Com base na literatura que aborda o assunto da globalização econômica mundial e da concentração capitalista e através da interpretação de tabelas elaboradas especificamente para este fim, procurou-se demonstrar como ocorreu a nova configuração do setor no que se refere aos índices de aquisições e incorporações de empresas. Como resultado, ficou evidenciado um alto índice de concentração de capital ocorrido, principalmente entre as quatro principais empresas que lideram a lista das maiores do ranking ABRAS. Ficou evidenciada, ainda, a internacionalização do setor com a chegada das grandes redes estrangeiras que aqui se estabeleceram através da aquisição de empresas nacionais ou da implantação de grandes estabelecimentos. Assim, empresas sólidas e tradicionais em suas respectivas regiões sucumbiram à força do capital dessas grandes corporações internacionais. O panorama de concentração de capitais no setor, que em 1992 já se manifestava de forma bastante evidente, se tornou, durante o período, muito mais abrangente e em 2003 registrou índices que identificam uma espécie de oligopólio competitivo. Pelo exposto nesta monografia, e a continuar o ritmo desse processo de fusões e aquisições, nos próximos anos restarão à exemplo do Chile, duas ou três redes competindo em um ambiente de guerra aberta como o que marca atualmente o varejo nos Estados Unidos.

Palavras-chaves: Concentração capitalista; Indicadores de concentração.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Relação das 50 maiores empresas em faturamento bruto anual	50
Tabela 1 A – Percentuais anuais do faturamento de cada empresa em relação às 300 maiores	52
Tabela 1 B – Percentuais de participação das 50 maiores sobre o faturamento total auferido pelas mesmas.....	54
Tabela 1 C – Relação das 20 maiores empresas em faturamento bruto anual	56
Tabela 1 D – Participação percentual das 20 maiores empresas em relação ao seu faturamento bruto anual.....	57
Tabela 1 E – Relação das 10 maiores empresas em faturamento bruto anual.....	58
Tabela 1 F – Participação das 10 maiores empresas em relação ao seu faturamento bruto anual	59
Tabela 2 – Classificação das 50 maiores empresas de acordo com seu índice de receita auferida	60
Tabela 2 A – Classificação das 20 principais empresas de acordo com seu índice de receita auferida	62
Tabela 2 B – Classificação das 10 principais empresas de acordo com seu índice de receita auferida	63
Tabela 3 – Número anual de funcionários dos 50 maiores supermercados em faturamento	64
Tabela 3 A – Número anual de funcionários dos 20 maiores supermercados.....	67
Tabela 3 B – Número anual de funcionários dos 10 maiores supermercados em faturamento	68
Tabela 4 – Número anual de lojas dos 50 maiores supermercados por faturamento.....	70
Tabela 4 A – Número anual de lojas dos 20 maiores supermercados em faturamento	73
Tabela 4 B – Número anual de lojas dos 10 maiores supermercados em faturamento.....	74
Tabela 5 – Comparativo da concentração ocorrida no setor no período de 12 anos , Considerando-se apenas os 50 maiores supermercados em faturamento	75

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1 - PROBLEMA DA PESQUISA.....	7
1.1. INTRODUÇÃO.....	7
1.2 OBJETIVOS.....	10
1.2.1 Geral	10
1.2.2 Específicos.....	10
1.3 METODOLOGIA.....	10
1.4 ESTRUTURA DO TRABALHO	11
CAPÍTULO 2 - REVISÃO BIBLIOGRÁFICA SOBRE A CONCENTRAÇÃO	13
DE CAPITAL.....	13
CAPÍTULO 3 - PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS DO SETOR	18
SUPERMERCADISTA BRASILEIRO	18
3.1 BREVE HISTÓRICO.....	18
3.2 CLASSIFICAÇÃO	22
3.3 NOVOS FORMATOS	25
3.4 AS GRANDES EMPRESAS DO SETOR E SUAS ESTRATÉGIAS MERCADOLÓGICAS	26
3.5 PRINCIPAIS ESTRATÉGIAS DE EXPANSÃO GEOGRÁFICA DAS GRANDES EMPRESAS	31
CAPÍTULO 4 - FATURAMENTO ATUAL DOS SUPERMERCADOS NO	33
BRASIL.....	33
4.1 ANÁLISE DO FATURAMENTO DAS EMPRESAS.....	33
4.2 CLASSIFICAÇÃO DAS EMPRESAS SEGUNDO SEU ÍNDICE DE RECEITA...38	
4.3 ANÁLISE DO NÚMERO DE FUNCIONÁRIOS	39
4.4 ANÁLISE DO NÚMERO DE LOJAS	41
CAPÍTULO 5 - CONSIDERAÇÕES FINAIS	44
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	46

CAPÍTULO 1: PROBLEMA DA PESQUISA

1.1. INTRODUÇÃO

A globalização da economia é um processo que ajudou a expandir os mercados fazendo com que as fronteiras nacionais praticamente desaparecessem, principalmente nas últimas décadas. Trata-se da continuação do processo de internacionalização do capital, que se iniciou com a extensão do comércio de mercadorias e serviços, passou pela expansão dos empréstimos e financiamentos e, em seguida, se generalizou com o deslocamento do capital industrial através do desenvolvimento das multinacionais (Rollemberg Mollo, 2000).

A fase atual da globalização pode ser caracterizada por: a) deslocamento espacial das diferentes etapas do processo produtivo, de forma a integrar vantagens nacionais diferentes(2); b) desenvolvimento tecnológico acentuado, nas áreas de telemática e informática, usando-o de forma a possibilitar o deslocamento espacial das fases de produção e reduzindo tempo e espaço no processo de comercialização; c) simplificação do trabalho, para permitir o deslocamento espacial da mão de obra; d) igualdade de padrões de consumo, para permitir aumento de escala; e) mobilidade externa de capitais, buscando rentabilidade máximas e curto prazo; e f) difusão (embora desigual) dos preços e padrões de gestão e produção, mantendo, todavia, diferenças de condições produtivas que são aproveitadas no deslocamento da produção (Rollemberg Mollo, 2000).

Trata-se, pois, de um movimento de busca de aumento nas condições de concorrência e de ampliação dos mercados, fatos estes impulsionados no mundo inteiro após o advento do liberalismo econômico. Com isso, observou-se, ao lado da abertura comercial generalizada, a difusão dos processos de desregulamentação e de privatização em escala mundial. (Rollemberg Mollo, 2000).

É inegável que o acirramento da concorrência amplia a chamada "eficiência" no que se refere à queda dos preços, elemento que funcionou positivamente nos programas de estabilização mais recentes, como no caso brasileiro. É inegável, também, que a qualidade dos produtos cresce, assim como o desenvolvimento

tecnológico é estimulado. Mas a liberalização econômica em escala mundial teve também conseqüências danosas, destacando-se: a) a intensificação dos processos de concentração, polarização e marginalização, que ampliam o caráter excludente do capitalismo; e b) o aumento da volatilidade dos capitais, da instabilidade financeira e do caráter fictício do capital, que colocam em risco o próprio andamento das economias a médio e longo prazos (Rollemberg Mollo, 2000).

Através dos processos de concentração e centralização do capital os principais setores da economia são controlados cada vez mais por um pequeno número de empresas cada vez mais poderosas. Os processos ocorrem através de re-investimentos das próprias empresas nos setores onde atuam (concentração), ou através de fusões e incorporações de outras que sucumbem à concorrência (centralização). Várias são as razões para tal fenômeno, indo desde os gastos em pesquisa e desenvolvimento nas áreas de inovação, que são muitos elevados, promovendo um agravamento da concentração já existente, até os custos de coordenação e de tecnologia de informação para operar as redes de produção sofisticadas e internacionalizadas, fator chave na promoção de barreiras à entrada de novas firmas concorrentes. (Rollemberg Mollo, 2000).

Conforme já havia sido previsto por Marx há mais de um século atrás, o sistema capitalista experimenta agora seu estágio mais avançado de reprodução, onde a concentração de capitais transmuta-se na centralização deste, corporificado nas gigantescas empresas transnacionais.

No Brasil este fenômeno, ainda incipiente após a abertura econômica promovida no governo Collor, ganhou intensidade no governo FHC, o qual promoveu reformas estruturais na economia através de privatizações, desregulamentações, etc, com vistas a atrair o investidor estrangeiro, bem como o capital especulativo internacional.

Em todo o País verificou-se, a partir de então e com maior intensidade, uma onda crescente de fusões e de incorporações de empresas, gerando em alguns casos verdadeiros monopólios que detêm substanciais parcelas do mercado, como é o caso da AMBEV, empresa gerada após a fusão das Companhias de Cervejaria Antártica e Brahma, da Parmalat, da Wall-Mart, etc.

Este processo, presente também no setor supermercadista, tanto em âmbito nacional como internacional, experimenta duplamente a voraz concorrência de seus pares nacionais e também de grupos estrangeiros, o que propicia a ampliação da concentração capitalista no setor. Grandes empresas estrangeiras, como a rede Carrefour de Supermercados; a portuguesa rede Sonae, que se popularizou com a bandeira BIG e a rede norte-americana Wall-Mart, a maior do mundo; além de outras grandes redes escondidas sob o manto das grandes redes nacionais, como o grupo francês Casino que participa do capital social da Companhia Brasileira de Distribuição, a holandesa Royal Ahold, que até 2003 aparecia sob o nome da rede Bom Preço, impuseram uma nova dinâmica no setor supermercadista brasileiro. Estas empresas se instalaram de forma ostensiva, principalmente nas grandes capitais brasileiras, através da implantação de hiper-mercados bem estruturados, ou via a incorporação de redes de médio e grande porte locais.

O forte avanço no nível de receita bruta dos maiores conglomerados reflete o intenso movimento de fusões e incorporações ocorrido no setor. Uma das questões que vem sendo colocada a partir dessa prática é se a livre concorrência será mantida, pois em nível regional já vem sendo apontados elevados percentuais de concentração que poderão prejudicar os consumidores no futuro.

Outra questão importante se refere ao elevado índice de internacionalização do setor, que poderá ficar à mercê das decisões das empresas estrangeiras, as quais já detêm parcela expressiva deste mercado. Assim, nas cidades onde as grandes empresas estrangeiras dominam o mercado, nota-se uma forte tendência de comercialização dos chamados produtos de “fabricação própria”, o que está inviabilizando empresas de menor porte que atuavam como fornecedoras a essas grandes redes.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Geral

O estudo procura caracterizar o setor de supermercados no Brasil, no período compreendido entre 1992 e 2003, destacando-se a evolução e o desempenho econômico recente, com o objetivo de mostrar o processo de concentração capitalista no setor.

1.2.2 Específicos

- a) Fazer uma abordagem evolutiva das principais características dos supermercados no Brasil;
- b) Descrever o processo de concentração capitalista no setor supermercadista no período entre 1992 e 2003;
- c) Identificar as maiores redes existentes no País, discutindo seu grau de internacionalização.

1.3 METODOLOGIA

A natureza do estudo é de caráter descritivo e interpretativo, realizado a partir de informações quantitativas obtidas através de pesquisa bibliográfica de fontes secundárias colhidas junto à instituições relacionadas à abordagem temática anteriormente dimensionada.

Desta forma, tiveram contribuição decisiva para a pesquisa as tabelas publicadas pela Associação Brasileira de Supermercados (ABRAS), que contém o ranking anual das trezentas maiores redes de supermercados, as informações fornecidas pelo BNDES em seu site sobre o desempenho do setor, bem como, diversos periódicos e teses acadêmicas consultadas.

A revisão de literatura teve como ponto de partida o Capítulo XXIII “ A Chamada Acumulação Primitiva”, do Livro 1, Volume II, de “O Capital”, de Karl Marx, pelo virtuosismo de sua síntese a respeito do assunto que, há mais de um século e de forma clara e precisa, abordou o problema da concentração do capital.

Para a construção do histórico dos supermercados brasileiros e de sua situação atual, foram utilizadas informações colhidas nos sites do IPEA do BNDES, além de consultas à teses e monografias relacionadas ao assunto, bem como em periódicos como a revista Super-Hiper da Associação Brasileira de Supermercados.

Em conformidade com o propósito deste estudo, que é o de verificar o grau de concentração de capitais ocorrida no setor dos supermercados, limita-se a abrangência da análise nas 50 principais empresas do setor em cada ano da série, as quais representam, em média, aproximadamente 60% do faturamento bruto de todo o setor.

1.4 ESTRUTURA DO TRABALHO

O trabalho está estruturado em quatro capítulos, sendo todos eles essencialmente descritivos e interpretativos. Para efeito de possíveis averiguações, o trabalho contém um apêndice com as planilhas demonstrativas que foram elaboradas a partir dos dados disponibilizados anualmente pela Associação Brasileira de Supermercados (ABRAS), planilhas estas que dizem respeito as 300 maiores empresas do ramo em volume de vendas, número de lojas, número de funcionários e percentual de participação de cada grupo econômico.

No capítulo I é feita uma contextualização do problema da pesquisa, destacando-se que a globalização econômica atua de forma favorável ao processo de concentração de capitais. Posteriormente, definiram-se então os objetivos almejados pelo trabalho e, por último, descreve-se a metodologia adotada e a própria estrutura do trabalho.

No capítulo II faz-se uma breve revisão da literatura sobre o processo de concentração de capital nas atividades econômicas, tomando-se como base o capítulo XXIII do Livro 1, Volume II, de O Capital, de Marx, o qual abordou de

forma muito perspicaz como se daria o processo da concentração capitalista mundial.

O capítulo III apresenta um panorama histórico do processo de formação dos supermercados no Brasil, sua classificação e principais características, bem como uma rápida abordagem das estratégias atuais das grandes redes de supermercados.

O Capítulo IV descreve, através de informações contidas no apêndice desta Monografia, o cenário atual da concentração capitalista ocorrida nos últimos doze anos no setor de supermercados, tomando-se como referência o ranking das cinquenta principais empresas catalogadas pela ABRAS. Neste momento fica evidente o crescente processo de concentração de capitais, bem como a expressiva entrada neste setor das grandes empresas que operam no mercado mundial.

Finalmente, no Capítulo V são apresentadas as considerações finais do trabalho, a partir dos resultados obtidos ao longo da pesquisa.

CAPÍTULO 2: REVISÃO BIBLIOGRÁFICA SOBRE A CONCENTRAÇÃO DE CAPITAL

O processo de concentração e centralização de capitais não é algo novo. Também não é novidade que tal processo tende a se acirrar diante da globalização. Esta surge com a acumulação primitiva do capital e desde então evolui num movimento espiral cíclico cada vez mais veloz. Neste movimento, no qual a concentração e a centralização alcançam patamares cada vez mais elevados, o imperialismo foi a primeira grande onda de homogeneização internacional das estruturas capitalistas sem, no entanto, conformar um mercado mundial único (Pomar, 1997).

Após a Segunda Guerra Mundial, em consonância com a expansão dos Estados de bem-estar social, com a independência dos povos coloniais e com o reforço de seus Estados e empresas capitalistas nacionais, surgem as megacorporações transnacionais, cuja dinâmica de reprodução ampliada lhes impõe a necessidade de um mercado livre de fronteiras (Pomar, 1997).

A globalização tem por base, não uma ou outra política econômica ou o consenso das grandes potências, mas a própria acumulação do capital, que leva ao desenvolvimento das forças produtivas, das relações de produção e de suas contradições internas, atingindo o mundo todo, forçando as comportas para a criação de um mercado de livre competição entre grandes empresas. Neste caso, as corporações transnacionais se transformam no elo mais ativo desse processo que tende a mundializar a circulação de capitais, mercadorias e força de trabalho, diminuindo a importância das nações e conformando um mundo homogêneo econômico e culturalmente (Pomar, 1997).

Para manter lucros compatíveis com as necessidades de acumulação, elas precisam utilizar-se plenamente das condições de rentabilidade. Isto pode dar-se com a combinação nem sempre harmoniosa dos avanços científicos e tecnológicos; da produtividade; da produção em massa; da segmentação geográfica do processo produtivo; do controle à distância da produção e da circulação dos insumos e mercadorias; do transporte rápido de grandes massas e

volumes de mercadorias e valores; da padronização das mercadorias, dos hábitos de consumo e dos sistemas de distribuição e venda, tanto pela imposição competitiva quanto pela difusão massiva das pretensas excelências de determinados produtos, hábitos e sistemas comuns aos países centrais.

Pode-se dizer que Marx conseguiu, de forma quase visionária, prever este fenômeno capitalista há mais de um século atrás em sua obra clássica “O Capital”, que servirá de base para esta revisão bibliográfica¹.

Em sua análise de como se dá o processo de concentração, ele afirma que todo capital individual é uma concentração maior ou menor dos meios de produção com o comando correspondente sobre um exército maior ou menor de trabalhadores. Cada acumulação se torna meio de nova acumulação. Ao ampliar-se a massa de riqueza que funciona como capital, a acumulação aumenta a concentração dessa riqueza nas mãos de capitalistas individuais e, em consequência, a base da produção em grande escala e dos métodos de produção especificamente capitalistas.

Mais adiante acrescenta que o crescimento do capital social realiza-se através do crescimento de muitos capitais individuais. Não se alterando as demais condições, os capitais individuais e com eles a concentração dos demais meios de produção aumentam enquanto o capital social cresce. Ao mesmo tempo frações dos capitais originais destes se destacam e funcionam como novos capitais independentes. Com a acumulação do capital cresce, portanto em maior ou menor proporção, o número de capitalistas. Dois pontos caracterizam essa espécie de concentração que depende diretamente da acumulação, ou melhor, se identifica com ela: primeiro, a concentração crescente dos meios de produção nas mãos de capitalistas individuais, não se alterando as demais circunstâncias é limitada pelo grau de crescimento da riqueza social; segundo, a parte do capital social localizada em cada ramo de produção reparte-se entre muitos capitalistas que se confrontam como produtores de mercadorias, independentes uns dos outros e concorrendo entre si. A acumulação e a concentração que a acompanha estão dispersas em muitos pontos e, além disso, o aumento dos capitais em funcionamento é estorvado

¹ A revisão tomou por base os capítulos XXIII (Lei geral da acumulação capitalista) e XXIV (a chamada acumulação primitiva), ambos do Livro I, Volume II, de “O Capital”, de Marx.

pela formação de novos e pela fragmentação de capitais existentes. Por isso, a acumulação aparece de um lado, através da concentração crescente dos meios de produção e do comando sobre o trabalho, e, do outro, através da repulsão recíproca de muitos capitais individuais.

Segundo Marx, não se trata mais da concentração simples dos meios de produção e de comando sobre o trabalho a qual significa acumulação. O que temos agora é a concentração dos capitais já formados, a supressão de sua autonomia individual, a expropriação do capitalista pelo capitalista, a transformação de muitos capitais pequenos em poucos capitais grandes. Este processo se distingue do anterior porque pressupõe apenas alteração na repartição dos capitais que já existem e estão funcionando; seu campo de ação não está, portanto, limitado pelo acréscimo absoluto da riqueza social ou pelos limites absolutos da acumulação. O capital se acumula aqui nas mãos de um só, porque escapou das mãos de muitos noutra parte. Esta é a centralização propriamente dita que não se confunde com a acumulação e a concentração.

Não iremos expor aqui as leis da centralização dos capitais ou da atração do capital pelo capital. Apenas faremos algumas indicações. Segundo Marx, a batalha da concorrência é conduzida por meio da redução dos preços das mercadorias. Não se alterando as demais circunstâncias, o barateamento das mercadorias depende da produtividade do trabalho, e este da escala de produção. Os capitais grandes esmagam os pequenos. Demais, lembramos que, com o desenvolvimento do modo de produção capitalista, aumenta a dimensão mínima do capital individual exigido para levar avante um negócio em condições normais. Os capitais pequenos lançam-se assim nos ramos de produção de que a grande indústria se apossou apenas de maneira esporádica ou incompleta. A concorrência acirra-se então na razão direta do número e na inversa da magnitude dos capitais que se rivalizam. E acaba sempre com a derrota de muitos capitalistas pequenos, cujos capitais ou soçobram ou se transferem para as mãos do vencedor. Além disso, a produção capitalista faz surgir uma força inteiramente nova, o crédito. No início este se insinuava furtivamente como auxiliar modesto da acumulação e, por meio de fios invisíveis, levava para as mãos de capitalistas isolados ou associados os meios financeiros dispersos, em proporções maiores ou menores, pela

sociedade para logo se tornar uma arma nova e terrível na luta da concorrência e transformar-se por fim num imenso mecanismo social de centralização dos capitais.

Para Marx, a concorrência e o crédito, as duas mais poderosas alavancas da centralização, desenvolvem-se na proporção em que se amplia a produção capitalista e a acumulação. Além disso, o progresso da acumulação aumenta a matéria que pode ser centralizada, isto é, os capitais individuais, enquanto a expansão da produção capitalista cria a necessidade social e os meios técnicos dessas gigantes empresas industriais cuja viabilidade depende de uma prévia centralização do capital.

Atualmente, podemos dizer que devido ao avanço tecnológico que propiciou um acúmulo expressivo de capitais, é muito mais forte do que antes a atração recíproca dos capitais individuais e a tendência para a centralização. Embora a expansão relativa e a energia do movimento da centralização sejam determinadas, até certo ponto, pela magnitude a que já atingiu a riqueza capitalista e pela superioridade do mecanismo econômico, o progresso da centralização não depende exclusivamente do incremento positivo do capital social. A centralização pode mudar simplesmente a distribuição dos capitais já existentes ou alterar apenas o agrupamento quantitativo dos elementos componentes do capital social.

Marx diz também que, num dado ramo de atividades, a centralização terá alcançado seu limite extremo quando todos os capitais nele investidos se fundirem num só capital. Numa determinada sociedade este limite só seria alcançado no momento em que todo o capital social ficasse submetido a um único controle, fosse ele de um capitalista individual ou de uma sociedade anônima.

Desta forma, Marx diz que a centralização completa a tarefa da acumulação, capacitando o capitalista industrial a ampliar a escala de suas operações. O mesmo efeito econômico dessa ampliação decorre da acumulação ou da centralização, tanto fazendo-se a centralização se realize pela via compulsória da anexação, quando certos capitais se tornam centros de gravitação tão poderosos que quebram a coesão individual de outros capitais, ou mediante a fusão de capitais já formados ou em formação obtida por meio de processo mais suave de constituição de sociedades anônimas.

É evidente que a acumulação, o aumento progressivo de capital pela reprodução que passa da forma circular para a de espiral, é um processo bastante lento, comparado com a centralização que precisa apenas alterar o agrupamento quantitativo das partes integrantes do capital social. O mundo ainda estaria sem estradas de ferro, se tivesse de esperar que a acumulação capacitasse alguns capitais isolados para a construção de uma ferrovia. A centralização, entretanto, por meio da organização de sociedades anônimas, cria num instante as condições para uma tarefa dessa ordem. Aumentando e acelerando os efeitos da acumulação, a centralização amplia e acelera ao mesmo tempo as transformações na composição técnica do capital, a qual aumenta a parte constante reduzindo a parte variável, implicando em uma diminuição da procura relativa do trabalho, logo, pressionando a taxa de lucro para baixo.

As massas de capital amalgamadas, da noite para o dia, pela centralização reproduzem-se e aumentam como as outras, mas com maior rapidez, de modo que se tornam novas alavancas poderosas da acumulação social. Ao falar hoje em dia do progresso da acumulação social, devemos considerar nela implícitos os efeitos da centralização.

Mais adiante Marx diz que os capitais adicionais que se formam no curso da acumulação servem preferentemente de veículo para explorar novos inventos e descobertas, para introduzir aperfeiçoamentos industriais. Mas, também o capital velho, com o tempo, renova-se, muda de pele e renasce com feição técnica aperfeiçoada, que reduz a quantidade de trabalho e põe em movimento maior quantidade de maquinaria e de matérias-primas. A redução absoluta da procura de trabalho que necessariamente daí decorre será evidentemente tanto maior quanto maior tenha sido o movimento de centralização.

Assim, Marx conclui que o capital adicional formado no curso da acumulação atrai, relativamente à sua grandeza, cada vez um número menor de trabalhadores. E o velho capital periodicamente reproduzido com nova composição, repele cada vez mais, trabalhadores que antes empregava.

Com base nestes ensinamentos de Marx abordaremos nos capítulos seguintes o processo de concentração de capitais em um setor essencial da economia brasileira: o setor supermercadista.

CAPÍTULO 3: PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS DO SETOR SUPERMERCADISTA BRASILEIRO

3.1 - BREVE HISTÓRICO²

Walter Belik em sua obra *Muito Além da Porteira*, traça um perfil de como eram as vendas de varejo no Brasil em meados do século passado. Segundo o autor elas só começam a se tornar fatos comuns no Brasil na virada da década de 1950, com várias décadas de atraso em relação ao que se observou nos Estados Unidos. Na realidade, já havia alguns estabelecimentos com um grau de modernidade em relação ao varejo tradicional, como é o caso do Mappin, em São Paulo, mas esse ainda estava distante de adotar alguns dos predicados acima.

Segundo fontes por ele pesquisadas indicam que o moderno varejo só vai se instalar no Brasil na virada dos anos 1950. Gouvêa de Souza (1991) cita como marcos da modernização no varejo do Brasil a implantação da Sears, em 1949, com duas lojas em São Paulo e uma no Rio de Janeiro, além da filial paulista da Mesbla, Pirani, Eletro radiobraz e do próprio Mappin.

De acordo com pesquisas de Belik a loja Sears, por exemplo, instalou sua primeira loja em São Paulo à mais de 4 km do centro da cidade, o que era um exagero para a época. Esta loja tinha como característica principal o auto-serviço, caixas registradoras modernas e assistência técnica da própria loja para os eletrodomésticos que comercializava. Outra importante característica da Sears era o seu estacionamento e o “centro automotivo”, que agregava mais um serviço à nova clientela motorizada.

Para ele, nada é mais representativo das mudanças que ocorrem no perfil do consumo do que a introdução dos supermercados no Brasil. Até o final dos anos 1950, a legislação que regulamentava o comércio de alimentos era bastante obsoleta em praticamente todas as cidades do Brasil. As lojas de secos & molhados e padarias eram obrigadas a trabalhar aos sábados e domingos até as

² - Todo o item está baseado em Belik, 2001.

20 horas e os primeiros supermercados também deveriam se enquadrar nesta categoria. Como normalmente o varejo de alimentos era administrado pela própria família, era natural que esse funcionasse aos domingos; inclusive 50% do movimento destas lojas ocorria aos sábados e domingos. Tais impedimentos faziam com que a instalação de estabelecimentos comerciais do varejo de alimentos, fora dos moldes convencionais, fosse custosa.

Belik salienta em sua obra que outra questão institucional importante era a carga tributária imposta à venda de alimentos. Até 1966, esteve vigente no Brasil a incidência “em cascata” do Imposto sobre Vendas e Consignações. O IVC era aplicado em todas as fases de produção e distribuição de uma determinada mercadoria. A alíquota do IVC tinha sido em princípio reduzida, mas foi se elevando à medida que os estados da federação demandavam mais recursos. Como o supermercado trabalhava com uma estrutura profissional, na prática, não era possível sonegar como nas pequenas empresas. Isto aumentava os custos operacionais.

Em sua explanação sobre a formação do setor varejista salienta que o primeiro supermercado brasileiro foi o “Sirva-se”, que se instalou em São Paulo, em 1953, e pertencia à Souza Cruz. Em São José dos Campos (SP), inicia-se também uma experiência inovadora com a instalação de um supermercado nesta cidade sob patrocínio da Tecelagem Paraíba. No Rio Grande do Sul, também em 1953 é instalado o Supermercado Real de Joaquim Oliveira, em Porto Alegre. No Rio de Janeiro, o ano de 1955 marca o surgimento das primeiras lojas. Grandes investimentos foram feitos, os Supermercados SU-CO, por exemplo, foram instalados sob a supervisão de um técnico norte-americano.

Os supermercados traziam um conceito novo para o brasileiro, afirma Belik, que, ao mesmo tempo, começava a entrar em contato com a modernidade trazida pela televisão, pela motorização da classe média e pelo american-way-of-life. O Brasil entrava na era desenvolvimentista, deixando para trás os seus resquícios rurais e provincianos. Como país jovem e confiante das suas potencialidades, o novo formato caiu no gosto do consumidor que se adaptou rapidamente às inovações trazidas pelos supermercados. Todavia, do ponto de vista institucional,

foi necessário aguardar por mais de uma década para que os supermercados efetivamente tivessem seu período de expansão.

Belik reconhece que somente em 1968, os supermercados foram reconhecidos oficialmente como uma categoria diferenciada de varejo de alimentos e com uma incidência tributária à parte. Em 1968 surgiu a Lei Federal 7208 que regulamentou a atividade de supermercados e auto-serviço. Da mesma forma, a carga tributária começava a ser aliviada devido às mudanças fiscais que eliminaram o IVC e introduziram o ICM, cuja incidência sobre o valor adicionado era mais conveniente para os supermercados. Ao eliminar os impostos sobre a transferência de mercadorias entre lojas, o ICM incentivou a indústria multi-plantas e o comércio com diversas lojas.

Vieram, segundo ele, também os incentivos creditícios à expansão das redes de supermercados. Em 1971, o BNDE lançou o Programa de Modernização e Reorganização da Comercialização – que recebeu recursos oficiais a taxas de juros muito reduzidas e com longos prazos de pagamento. Entretanto, somente os grandes empresários poderiam ter acesso a esses créditos. O elevado valor patrimonial exigido como garantia fazia com que operadores com menos de seis lojas, mesmo possuindo alto faturamento, tivessem capacidade de pagamento.

Para Belik, a concentração do ramo de supermercados está na origem do setor. O Brasil, até hoje, não conta com um mercado acionário que facilite a capitalização das suas empresas, uma vez que dentre as empresas supermercadistas são raras aquelas de capital aberto, sendo que na década de 60 o quadro não era muito distinto.

Muito embora, ele afirma, os supermercados tivessem se espalhado com muita rapidez, o seu arco de atuação ainda era bastante restrito. O supermercado brasileiro, nos anos de 1970, não passava de uma grande mercearia com sistema de auto-serviço. A quase totalidade dos hortifrutigranjeiros continuava sendo vendida em feiras livres, as carnes eram vendidas em açougues e avícolas, assim como o pão, leite e laticínios eram comercializados nas padarias. Dados da pesquisa de mercado Nielsen e reunidos por Furtuoso (1999), demonstram que o varejo tradicional representava 70,7% em termos de volume de vendas no ano de 1970. Em 1991/92, esse volume de faturamento se reduz para apenas 16,0%.

Verifica-se, portanto, que a abrangência das vendas de supermercados só começa a se fazer presente a partir da segunda metade dos anos de 1970. Belik vê dois motivos que explicariam o crescimento da distribuição supermercadista a partir desse período, a saber, a mudança do quadro econômico e o aumento da competição.

Do seu ponto de vista, o final dos anos de 1970 representa um divisor de águas entre baixa inflação e crescimento e a crise. Após um período de 10 anos se expandindo a taxas superiores a 9% a a , o PIB brasileiro começa a crescer de forma mais modesta enquanto a inflação ascende a níveis superiores a 50%. Não cabe aqui analisarmos as razões para o fim do chamado “milagre brasileiro”. O que importa mencionar é que com a crise de financiamento, as ações do Estado em direção ao aprofundamento de uma política de abastecimento foram fortemente comprometidas.

Assim, afirma ele, as ações voltadas para a racionalização do atacado de hortifrutigranjeiros através da rede oficial de Centrais de Abastecimento são reduzidas paulatinamente. Com isto, não apenas se reduz a organização do atacado e sua capilaridade como também vai ocorrer uma distorção do modelo original, com o aumento de intermediários na distribuição de alimentos. Nesse período de crise, com a inflação em ascensão, os velhos hábitos de consumo começam a ser questionados em favor do apelo representado pela competição através dos preços. Os supermercados se beneficiaram com esta situação, seja porque o varejo tradicional perde espaço no desenvolvimento de fornecedores e canais de distribuição mais dinâmicos, seja porque na competição, via preços, as suas chances eram mais reduzidas.

Belik entende que a entrada da empresa francesa Carrefour no País e também a quebra de barreiras regionais entre as empresas marcam o início do acirramento competitivo no setor. Segundo ele, a chegada do Carrefour ao Brasil, em 1975, foi um marco que introduziu novos métodos de trabalho, novo layout e novo mix de mercadorias. Imediatamente o seu apelo de preço baixo (ladeado pelas suas inovações) exigiu uma rápida adaptação dos demais supermercados, que passaram a adotar uma postura cada vez mais agressiva. Nos anos de 1970, a competição no ramo de supermercados que era apenas local, se espalha para todo

o Brasil. Muitas redes de São Paulo passaram a abrir lojas no Rio de Janeiro, e o mesmo ocorrendo nas regiões Sul e Nordeste.

Finalmente ele conclui que os impactos da crise dos anos de 1980 também se fizeram presente no setor dos supermercados, muito embora a inflação alta proporcionasse enormes ganhos financeiros aos mesmos. Durante os planos de estabilização da moeda, a maioria dos supermercados procurou se adaptar às novas regras e se defender contra a inflação. Este cenário provocou importantes mudanças na relação entre as grandes redes de distribuição alimentar e os demais setores.

3.2 CLASSIFICAÇÃO

Existem no País, segundo informações da ABRAS, aproximadamente 300.000 estabelecimentos comerciais ligados ao comércio de alimentos, considerando-se as pequenas mercearias, padarias e lojas de conveniência, sendo que desse total aproximadamente 19.000 funcionam com a característica de supermercado.

A ABRAS, em parceria com a consultoria AC Nielsen Associados, catalogou até 2003 anualmente dados relativos às 300 maiores empresas do setor, de acordo com o nível de faturamento bruto anual. A partir de 2003 passaram a ser catalogadas as 500 maiores empresas.

A venda de produtos alimentícios é realizada através de vários tipos ou formatos de estabelecimentos comerciais, que costumam ser classificados da seguinte forma:

Auto-serviço: produtos alimentícios dispostos em formato self-service e com check-outs (caixas) na saída onde estão englobados os supermercados, os hipermercados e as lojas de conveniência;

Tradicionais: venda dependente de atendimento, requerendo a presença de vendedor ou balconista, com menos de dois check-outs, caracterizadas pelo

comércio de alcance local ou de vizinhança, onde se incluem os armazéns, padarias e mercearias.

Além da classificação em tradicional e auto-serviço, o comércio também é segmentado entre lojas especializadas e lojas não especializadas (fortes principalmente nos alimentos).

O segmento de auto-serviço, genericamente denominado de supermercado, representa cerca de 85% do abastecimento interno de alimentos e de produtos de higiene e limpeza, embora representem apenas 15,5% do número total de unidades varejistas.

No segmento de auto-serviço, as lojas se distinguem pelo tamanho, localização, número de itens vendidos, padrão arquitetônico, política de preços, gestão e motivação da compra.

A maior parte das empresas caracteriza-se pelo controle familiar, embora se observe a tendência de elevar a profissionalização das administrações e de processos de abertura de capital.

Supermercado – com alcance de bairro ou vizinhança, compras rotineiras, preços médios, pouca autonomia em termos de política de preços e compras, padrão arquitetônico de acordo com o perfil da área em que está instalado, predomínio de alimentos (principalmente perecíveis) no mix.

Os supermercados trabalham com o conceito de auto-serviço, contemplando um mínimo de dois check-outs. Os produtos que comercializam são, especialmente, alimentos, nos setores de mercearias, carnes, frios, laticínios e hortifrutigranjeiros, além de artigos de uso e consumo imediatos. Apresentam alto giro e baixa taxa de lucro, mantendo preços competitivos.

Hipermercado – localização em grandes áreas de intenso fluxo e fácil acesso, destinado às compras de maior volume, preços mais baixos e com mais descontos; padrão arquitetônico mais despojado; participação maior de não-alimentos no mix, produtos e serviços complementares na linha de acessórios para a casa, automóveis, etc.

Não obstante a atuação, cada vez maior, das grandes empresas, é de se destacar a importância das pequenas empresas varejistas para o atendimento das necessidades de compras da população brasileira.

Nesse contexto, destacam-se as mercearias, onde se vendem gêneros alimentícios, as quitandas, que são pequenas mercearias, os mercados, que são lojas onde se vendem gêneros alimentícios e outras mercadorias.

Segundo o Censo realizado pela ABRAS, em conjunto com o Instituto AC Nielsen, em 4.469 municípios onde foi realizada a pesquisa e que corresponde a 95% do poder de consumo do País, 1.200 municípios em 2000 não possuíam supermercados. Desta forma, pode-se afirmar que uma parcela expressiva do mercado ainda não é atendida pelos supermercados, dependendo de formatos ainda menores, como os anteriormente citados.

Segundo pesquisa coordenada por Lopes Saab do IPEA, os pequenos varejistas preocupam-se mais, em geral, com a manutenção da renda familiar, e, portanto, apenas em manter sua posição, as grandes empresas, profissionalizadas, visam a remuneração do acionista e a maximização da rentabilidade sobre o capital, o que implica na busca da expansão e no aumento permanente de produtividade.

Assim, enquanto as grandes empresas procuram estar localizadas em regiões que apresentam uma grande área de influência e onde há um grande poder de compra concentrado, as empresas menores apresentam, como uma de suas características, estarem localizadas em áreas mais próximas ao consumidor, como os bairros das cidades maiores ou em cidades do interior. E é nesse espaço de mercado, o dos supermercados de vizinhança, que os pequenos e médios tem conseguido permanecer no mercado (Lopes Saab, 2000).

O problema é que além, do surgimento de novas empresas que exploram o conceito de supermercados de bairro, as empresas maiores também vem avançando sobre este segmento do mercado.

Face aos desafios a que estas empresas estão sendo expostas e objetivando permanecerem no mercado, a estratégia das empresas menores tem envolvido a associação dos varejistas entre si, ou com grandes atacadistas, bem

como a busca de uma maior eficiência administrativa e operacional. Muitas empresas menores vêm, através, do associativismo, procurando tirar proveito das vantagens que esse conceito proporciona (Lopes Saab, 2000).

As compras, por exemplo, passam a ser feitas em conjunto, aumentando o poder de compra junto aos fornecedores, tornando as negociações mais fáceis. Com as centrais de compras, as negociações são realizadas por profissionais, concentrados apenas nessa atividade, havendo, assim, uma especialização do processo de compra. Como consequência, para as empresas, os preços das mercadorias ficam menores e os prazos para pagamento maiores, permitindo, portanto, o aumento das margens operacionais das empresas associadas (Lopes Saab, 2000).

3.3 NOVOS FORMATOS

As grandes empresas do setor, no Brasil, em sua maioria com bandeiras ⁽³⁾ diferenciadas, já atuam tanto no segmento de hipermercados quanto no de supermercados. No segmento de supermercados, algumas trabalham com bandeiras diferentes, visando atingir públicos específicos.

Segundo estudo coordenado por Lopes Saab em 2000, este movimento reflete a estratégia dos competidores de operarem com multimarcas de vendas, procurando tirar proveito das oportunidades dos diversos segmentos do mercado. Trabalhando com diversas segmentações, as grandes empresas podem estabelecer estratégias que vão ao encontro das diversas realidades do mercado, como a tendência natural de compactação das lojas em determinadas regiões formadas por grandes cidades.

Nesse sentido, afirma Lopes, e visando aproveitar os efeitos positivos decorrentes da estabilização econômica, bem como se dirigir ao seu público-alvo corrente (cliente atual), é de se esperar que as grandes empresas invistam no segmento de supermercados populares que, normalmente, se localizam nas

⁽³⁾ Termo usado para distinguir as diversas redes de supermercados e faz alusão à marca que distingue os diversos estabelecimentos. Assim a Rede Sonae, por exemplo, ao adquirir o Supermercado Cândia ou a Rede Mercadorama, manteve suas próprias bandeiras.

periferias, onde há muitas opções de pontos comerciais. Com isso, as maiores empresas passariam a ter presença, também, naquelas localidades cuja operação varejista é realizada por uma parcela significativa das pequenas empresas do mercado, ou seja, suprimindo espaço de mercado às empresas menores.

Nestes supermercados, as instalações são mais simples e os níveis de estoques reduzidos. Segundo Lopes, essas lojas oferecem um sortimento limitado de produtos e possuem instalações de menor porte, cujas áreas variam entre 300 m² e 800 m². Sob esse formato, onde o negócio varejista é operado em uma estrutura física que comporta instalações básicas, propiciam-se condições para a ocorrência de economias de custos operacionais, além de permitir a adoção de uma política de menores preços.

Além de atrair as grandes empresas, esse segmento, por seu potencial e pela oportunidade da aquisição devido ao baixo investimento, vem sendo foco do interesse de outros investidores. Recentemente, o Bank of América ingressou nesse segmento, constituindo e inaugurando a cadeia de supermercados ECON, com seis unidades na cidade de São Paulo, no âmbito de um planejamento que prevê uma rede de 300 supermercados, a ser montada nos próximos quatro anos, com lojas de 300m². Da mesma forma, o grupo Martins constituiu a rede de supermercados Smart, (*) uma bandeira para pequenos varejistas, que, na realidade, já são seus próprios clientes (Lopes Saab, 2000).

3.4 AS GRANDES EMPRESAS DO SETOR E SUAS ESTRATÉGIAS MERCADOLÓGICAS

Tendo em vista a aquisição de redes menores pelas grandes empresas, segue adiante o processo de concentração no setor de supermercados brasileiros. Por exemplo, em 2000 o grupo holandês Royal Ahold, detentor de 50% do capital da Bom-Preço desde 1996, assumiu o controle acionário integral da rede, para em 2004 vendê-la à rede norte-americana Wal-Mart. (Valor On Line 28/04/2005)

(*) O Grupo Martins à exemplo dos Supermercados Makro atende através do segmento Smart somente no atacado, que é destinado ao pequeno comerciante.

Considerando-se que os efeitos da concentração do setor permitiram incrementos consideráveis no resultado operacional das cadeias de supermercados, através da redução de despesas e, principalmente, da redução dos custos com aquisição de mercadorias, processo obtido, basicamente, em função da negociação de preços com os fornecedores, espera-se que o movimento de concentração venha a se ampliar ainda mais nos próximos períodos.

O grau de concentração deve aumentar, principalmente, nos grandes centros urbanos, tais como São Paulo e Rio de Janeiro, onde as grandes empresas esperam que poucas lojas de auto-serviço alimentar (em sua maioria, hipermercados) dominem o setor.

Com um lucro líquido de R\$ 369 milhões, em 2004, a Companhia Brasileira de Distribuição (CBD) – que engloba as redes Pão de Açúcar, Barateiro, Extra, Eletro, Divisão Amélia e Rede Sé de Supermercados – concentra hoje 15,8% do faturamento de todo o setor no país e 21,95% dentre as 300 maiores empresas do setor (Folha de São Paulo, 04/05/2005)

Apesar de pertencer ao empresário Abílio Diniz, o Pão de Açúcar tem capital aberto e associou-se, há três anos, ao grupo Casino, terceiro maior grupo do setor na França. O grupo Casino acertou a compra de 21% do capital da Rede Pão de Açúcar e, em 2005, ampliou esta fatia para 50,0% com perspectiva de deter o controle acionário da rede até 2012. Este negócio representou um reforço de caixa para o grupo Pão de Açúcar, levando-o a superar o concorrente Carrefour (Folha de São Paulo, 04/05/2005).

Além da experiência em ambiente competitivo, esta parceria trouxe novas tecnologias e um acesso a um sistema global de compras, além de procurar desenvolver as suas marcas próprias, reduzir as despesas operacionais, revisar processos, buscar eficiência e maximizar o potencial de diluição de custos por aumento de vendas. Além do que, para concorrer com companhias internacionais, o grupo teve que partir também para as aquisições, e sem esta parceria não teria acesso fácil a crédito barato no exterior para financiar o seu crescimento. (MARTINEZ, 2001 A; Chiari, 2001, SIMONETTI, 1999)

Com um faturamento em 2004 de R\$ 15.4 bilhões, a CBD (bandeiras Pão de Açúcar, Extra, Sendas, Compre Bem e Barateiro) vem se firmando, desde o ano 2000, como o primeiro grupo no ranking da ABRAS, seguido de perto pelo Carrefour, Rede Sonae (Supermercados BIG), a rede americana Wal Mart e, mais recentemente, pela Cia Zaffari (RS), que ascende à posição dos cinco primeiros colocados. Para os próximos quatro anos a rede traçou um plano de investimentos ambicioso de R\$ 2.5 bilhões que prevê a construção de mais 40 hipermercados e 120 supermercados (O Estado de São Paulo 28/04/2005).

A gigante francesa Carrefour, que desde os anos de 1970 disputava a liderança do varejo com o Grupo Pão de Açúcar, igualmente obteve expressivo crescimento no período, participando atualmente com 12,4% do total das vendas brutas do setor. (O Estado de São Paulo, 19/05/2005)

Deverá investir R\$ 800 milhões, no País em 2006, valor 35% maior que o previsto para este ano (2005), quando a rede desembolsará R\$ 600 milhões na abertura de 10 hipermercados. O grupo que vem se desfazendo de seus negócios no Chile e no México e priorizando os investimentos no Brasil, onde se situa em uma posição de liderança. (Valor Econômico, 28/04/2005)

Além da vice-liderança nacional, o grupo também é o segundo maior do mundo. Para continuar crescendo, expandiu-se através da aquisição de lojas menores. No âmbito internacional comprou a rede também francesa, Comptoir Modernes, enquanto que no Brasil adquiriu a rede de lojas Stoc, antes pertencentes as Lojas Americanas. No entanto, em razão destas lojas estarem distantes das suas centrais de distribuição (no Sudeste, Rio Grande do Sul e Brasília), o Carrefour desfez-se de algumas dessas lojas (vendeu cinco lojas nordestinas localizadas nos estados da Paraíba, Piauí e Pernambuco para o grupo holandês Royal Ahold e as duas lojas existentes em Santa Catarina para o Grupo Sonae). Além disso, o Carrefour adquiriu também a rede Mineirão de Belo Horizonte (MG), as 16 lojas da rede Planaltão, do Distrito Federal, a rede Roncetti do Espírito Santo e, ainda, as redes Rainha Continente e Dallas, todas do Rio de Janeiro. Todas essas compras ocorreram nas praças onde o grupo já tinha lojas, evidenciando o objetivo de concentrar cada vez mais seu capital visando torná-lo mais eficiente.

Com isso, observa-se que somente no final da última década a rede Carrefour comprou mais de 125 lojas, sendo 112 supermercados. Mesmo vendendo algumas lojas, acredita-se que a estratégia deste grupo esteja relacionada a futuras aquisições nos estados das regiões Norte e Nordeste, uma vez que detém apenas três hipermercados naquelas regiões (Manaus, Natal e Recife).

O grupo Sonae, maior grupo industrial e maior empregador privado de Portugal, se instalou no Brasil no final da década de 1980, após firmar uma joint venture com a gaúcha Companhia Real de Distribuição. Inicialmente comprou 26% das ações do Real e, em julho de 1997, adquiriu o controle acionário da empresa. Na região de São Paulo a trajetória do grupo começou no ano de 1998 com a compra de quatro hipermercados da rede Cândia. No Paraná adquiriu os 13 hipermercados da rede Mercadorama. Ao mesmo tempo foram sendo abertas lojas próprias, com a marca BIG.

Em 2003 o grupo Sonae totalizava 148 lojas, com 21.028 funcionários e 3,34 bilhões de faturamento (em 1999 era R\$ 1,7 bilhões, 50% do faturamento atual), sendo considerado o quarto maior varejista do País.

Analistas consideram que esse grupo é bastante agressivo no mercado nacional, buscando investir continuamente na expansão e reformulação da sua rede de lojas. Como a maioria dessa rede é composta por supermercados – que vieram com a aquisição de redes nos três estados do Sul e em São Paulo – o Grupo aposta na construção de novos hipermercados, a maioria em São Paulo e alguns no sul do País.

A gestão de suas operações tende a ser centralizada, para isso, é preciso um sistema de informações poderoso e uma boa infra-estrutura logística. Assim, nota-se que o grupo Sonae no Brasil trabalha com dois formatos de lojas: os hipermercados com a marca Big e os supermercados com marcas regionais (Real, Cândia e Mercadorama), pois segundo os diretores do grupo não faz sentido alterar o valor que essas marcas tem para o consumidor. O Grupo busca parcerias, pois precisa ter várias lojas para ganhar massa crítica e crescer, por acreditar que quem deixar de crescer agora vai ser incorporado ou desaparecer.

O quinto grupo que entrou para o ranking ABRAS dos cinco maiores somente em 2004 graças a aquisição da rede Bom Preço pela gigante Wal Mart, é a Cia Zaffari de Supermercados do Rio Grande do Sul, que tem a característica de ser a única empresa ainda de capital nacional dentre os cinco maiores grupos. Em que pese a grande diferença de valores que a distanciam da primeira colocada (R\$ 1.26 bi contra R\$ 15.4 bilhões da CBD), perdeu mercado ao longo do período 1992/2002 para seus concorrentes, porém vem se recuperando nos últimos anos. Em 2003 obteve 2,03% do faturamento das 300 maiores empresas e 1,3% de todo o setor (O Estado de São Paulo, 28/04/2005).

Além dos grupos acima citados, destacam-se outros grandes grupos no varejo nacional. Em primeiro lugar deve-se destacar a gigante do varejo norte americana Wal-Mart, que com faturamento mundial de US\$ 260 bilhões por ano, arrecada mais que o Produto Interno Bruto de 169 dos 192 países do mundo, grupo que está ampliando seus negócios no Brasil. Em São Paulo, seu centro de distribuição com 30 mil metros quadrados, tem capacidade para atender cerca de 100 lojas. Atualmente a rede tem 22 hipermercados com sua marca no Brasil, mas toda a rede Bom Preço faz parte deste grupo, conforme relatamos anteriormente.

Com vendas de R\$ 6,1 bilhões ao ano no Brasil, em 2004 a rede Wall-Mart passou a ocupar a terceira posição no ranking da ABRAS, após ter adquirido a rede Bom-Preço do grupo holandês Royal Ahold. Com isso, nota-se que o grupo vem tentando conquistar posições no mercado brasileiro. O Grupo concluiu recentemente a construção (SP) de um hipermercado com cerca de cinco mil metros quadrados, bem ao lado do seu rival Carrefour, com a bandeira da rede Todo Dia, direcionada também ao varejo popular. Outra semelhança, é a escolha do nome Todo Dia, haja vista que o Carrefour em breve operará na praça sob a bandeira Dia.(O Estado de São Paulo, 28/04/2005).

Já o grupo holandês Royal Ahold, que se desfez da rede Bom-Preço, a maior rede de supermercados da região Nordeste, está vendendo também por cerca de 90 milhões de euros para o fundo de investimentos norte-americano Acon Investments, a rede sergipana G. Barbosa, com 32 lojas localizadas na Bahia e em Sergipe, a qual ocupava a 9ª posição no ranking nacional. Com a negociação do G. Barbosa, a Royal Ahold, completa seu programa de se retirar dos negócios no

Brasil. O fim das atividades da empresa no País faz parte de sua estratégia para sanar dívidas contraídas nos Estados Unidos e, segundo a própria empresa, otimizar seu portfólio. A Royal Ahold está em quarto lugar em tamanho no mundo, atrás da americana Wal-Mart, da francesa Carrefour e da rede alemã Metro (Jornal A Tarde 01/02/2005)

3.5 PRINCIPAIS ESTRATÉGIAS DE EXPANSÃO GEOGRÁFICA DAS GRANDES EMPRESAS

Com o acirramento da competição do varejo, as empresas líderes devem ampliar seu foco de atuação em todas as regiões do país, sobretudo no Nordeste e no Norte, mesmo tendo que enfrentar redes com liderança já consolidada nessas regiões.

O grupo Pão de Açúcar, por exemplo, vem aumentando a sua atuação na região Nordeste. Em janeiro de 2005 ampliou a sua atuação no estado do Ceará, ao incorporar novas lojas da rede de supermercados São Luiz. Em continuidade a esse movimento, o grupo também incorporou a rede de supermercados Boa Esperança da Paraíba, com seis lojas, no primeiro semestre de 2005.

Além disso, a CBD iniciou a construção de um megacentro de distribuição na Grande São Paulo, com o objetivo de ampliar suas vendas on line, sendo que o site Amélia já está em operação, em que pretende englobar o e-commerce de todas as empresas do grupo. Anunciou o projeto Pd@nete que possibilita o fechamento de negócios entre a rede e seus fornecedores.

A rede Carrefour, cujos supermercados do grupo irão atuar com a denominação “Campion”, enquanto que os hipermercados seguirão com o tradicional nome do grupo, pretende abrir lojas em formato de vizinhança em todo o país. Além disso, vem realizando investimentos em postos de gasolina com a bandeira Carrefour.

O grupo Sonae pretende manter as marcas regionais com mais força na praça de atuação, como é o caso do Mercadorama no Paraná e do Nacional, no

Rio Grande do Sul. Nos demais locais manterá a bandeira BIG nos hipermercados. Montou centros de distribuição nos três estados onde atua. Planeja concentrar investimentos no estado de São Paulo.

O grupo Wal-Mart, detentor a partir de 2004 da gigante Bom-Preço, pretende dar continuidade à expansão da rede da região Nordeste, além de sua expansão na região Sudeste, principalmente nas grandes cidades.

CAPÍTULO 4: FATURAMENTO ATUAL DOS SUPERMERCADOS NO BRASIL

4.1 ANÁLISE DO FATURAMENTO DAS EMPRESAS

O processo de concentração de capitais no varejo de alimentos brasileiro, que já vinha ocorrendo ao longo da década de 1990, ganhou intensidade no último quinquênio, principalmente a partir do ano de 2000 quando a taxa média de concentração no varejo atingiu os 40%. Apesar de menor que o nível de concentração verificado em alguns países europeus que ultrapassam os 60%, é bastante elevado. Este processo decorre da vinda ao Brasil de grandes redes estrangeiras, acirrando a disputa concorrencial e a própria concentração capitalista (Revista Super Hiper, maio2005).

Esgotadas as possibilidades de novas aquisições em seus países de origem e saturados os mercados, as empresas estrangeiras, principalmente as européias, direcionam seus investimentos para os países latino-americanos, com maior intensidade ao mercado brasileiro que oferece bastante atratividade do ponto de vista da lucratividade, uma vez que a taxa média atingiu cerca de dois pontos percentuais.

A tabela 1, do apêndice relaciona as 50 maiores empresas do setor em faturamento bruto, ao longo dos últimos doze anos (1992/2003), possibilitando assim a uma avaliação da performance financeira do setor. Está registrado, de forma decrescente, o faturamento bruto anual de cada uma das 50 principais empresas catalogadas no Ranking da ABRAS para o período entre 1992 e 2003, respeitando-se sempre a ordem de ascensão à categoria das 50 maiores a partir de 1992. Ao final da tabela, encontram-se os totalizadores por subgrupos das 10, 20, 50 e 300 maiores empresas catalogadas no ranking ABRAS.

Tendo em vista a dinâmica do processo analisado, que a todo ano sofre novas configurações porque empresas galgam novas posições enquanto outras declinam das posições ocupadas, além das novas empresas que entram no

mercado e daquelas que são incorporadas ou simplesmente desaparecem das estatísticas, optou-se por lançar todos os registros encontrados nas tabelas do ranking ABRAS, independentemente da posição que a empresa ocupa. Isso possibilita ao leitor perceber qual é a empresa que está entrando no mercado, (por exemplo, a Wal-Mart em 1995), daquela empresa que já vinha atuando, porém ocupando classificação superior à quinquagésima posição (por exemplo, o Supermercado Cândia em 1992 ocupava a 65ª posição, mas em 1993 passou para a 21ª posição). Assim, para destacar as 50 maiores empresas em cada ano, optou-se por registrar em negrito os valores relativos ao faturamento dessas empresas.

Foram inseridas ainda notas informando a respeito daquelas empresas que em um determinado ano deixaram de ter seu faturamento registrado, esclarecendo se foram incorporadas por outro grupo.

Em primeiro lugar, observa-se o expressivo índice de faturamento das duas maiores redes (Carrefour e CBD) que juntas venderam R\$ 23.816.651.954 em 2003, o equivalente às demais trinta principais redes do ranking (R\$ 23.835.595.666). Em 1992, início da série realizada pela ABRAS, essas mesmas empresas, faturavam em cruzeiros (CR\$ 16.174.752.213) um pouco menos do que as demais sete maiores (CR\$ 16.641.470.638), demonstrando o alto índice de concentração que ocorreu no faturamento bruto na última década.

Se considerarmos apenas as cinco maiores empresas, verifica-se que já em 1992 o total de suas vendas (CR\$ 27.453.481.529) era superior ao das demais quarenta e cinco do ranking (CR\$ 24.827.981.177). O quadro mudou radicalmente, pois em 2003 o faturamento das cinco maiores (R\$ 33.264 bi) foi quase uma vez e meia maior do que o faturamento das demais quatrocentas e noventa e cinco empresas catalogadas no ranking, que faturaram naquele ano cerca de R\$ 25.579 bi.

Atendo-se aos totais e subtotais da tabela 1, verificamos ainda que as cinquenta empresas catalogadas em cada ano faturaram no período um valor muito próximo ao valor das trezentas do ranking ABRAS (total do ranking). Em função disso, as análises deste trabalho se restringem às cinquenta maiores empresas.

Verifica-se, também, o expressivo aumento anual do faturamento, ainda que em valores nominais, (*) das principais redes (Carrefour, CBD e Sonae). Considerando-se apenas o período entre 1994 e 2003, nota-se que estas empresas conseguiram aumentar de seis a nove vezes o valor de suas vendas, enquanto as demais redes aumentaram o faturamento de três a quatro vezes.

A tabela 1-A (apêndice) apresenta estes valores em percentuais, o que permite verificar com maior nitidez o grau de participação de cada empresa no faturamento bruto anual das 300 maiores catalogadas no ranking ABRAS. Conforme foi comentado anteriormente, a participação expressiva dos dois primeiros colocados no ranking (Carrefour e CBD) aumentou ao longo dos doze anos da série passando de 22,16%, em 1992, para 40,876% do faturamento das 300 maiores, em 2003.

Analisando-se cada empresa individualmente, constata-se que o grupo Pão de Açúcar cresceu muito mais que seu rival Carrefour, passando da faixa de 8,02%, em 1992, para 21,94% do faturamento total das 300 maiores empresas, em 2003. Já a rede francesa também teve um crescimento expressivo, porém mais comedido indo de 14,15%, em 1992, para 18,93%, em 2003.

Já o grupo Paes Mendonça, terceiro colocado no ranking em 1992 com 7,54% do faturamento no rol das trezentas empresas catalogadas, apresentou uma trajetória declinante ao perder espaço com a venda de algumas de suas lojas. Em 2001, quando foi vendida à rede CBD, detinha apenas 2,20% do faturamento total das empresas listadas.

A quarta colocada no ranking, em 2003, Grupo Sonae que chegou ao Brasil em 1997, com a aquisição da Rede Real de Supermercados do Rio Grande do Sul, se expandiu através da aquisição de empresas conceituadas nas regiões onde se instalou, mantendo a mesma bandeira dessas empresas. Com apenas sete anos de presença no mercado brasileiro, sua participação já se situou em 6,40% da receita bruta das 300 maiores no ano de 2003.

(*) Os valores das tabelas não foram deflacionados tendo em vista a natureza deste trabalho que, com exceção do parágrafo em questão, não utiliza dados comparativos entre datas distintas.

Outra rede que vem modificando a estrutura do setor é a americana Wal Mart. Iniciando suas atividades no Brasil em 1995, em 1998 já detinha 2,10% do faturamento, passando a ocupar a sexta colocação em 2003, com 3,33% do faturamento das 300 maiores. Com a aquisição da Rede Bom Preço do Grupo Royal Ahold, ampliou sua participação para 6,20% do mercado, o que significa um faturamento de R\$ 6,1bilhões. Registre-se apenas que estes dados referem-se ao exercício de 2004, mas que ainda não estão computados na listagem da ABRAS.

Desta forma, verifica-se que o nível de concentração no setor vem ocorrendo mais fortemente entre as cinco maiores empresas, tendo em vista que de 37,62% do faturamento das trezentas maiores empresas no ano de 1992, se passou para 57,10% em 2003.

Considerando-se as cinqüenta maiores empresas, que em 1992 já detinham 71,64% do faturamento das 300 empresas catalogadas pela ABRAS, nota-se que aumentaram sua participação ao longo do período para 86,17%, em 2003.

A tabela 1-C focaliza sua atenção nas vinte maiores empresas do setor em cada ano. Através dela observa-se com maior clareza a dinâmica da concentração ocorrida no período, pois dos vinte maiores supermercados catalogados em 1992, apenas oito deles se mantiveram em 2003, sendo que apenas dois deles possuem participação societária genuinamente nacional. (Cooperativa do Grupo Rhodia e a Cia Zafari). Os demais foram vendidos às gigantes estrangeiras ou reduziram fortemente sua faixa de participação no mercado.

Assim, as vinte maiores empresas, que em 1992 já representavam 58,28% do faturamento das 300 empresas relacionadas, aumentam gradativamente sua fatia nesse mercado, passando para 76,82% da receita total em 2003.

Os valores contidos nesta planilha foram transformados em percentuais, os quais estão contidos na tabela 1-D. Este procedimento permite avaliar a participação de cada empresa ali relacionada sobre o faturamento global auferido pelas mesmas ao longo da série considerada. Assim, os índices ali contidos demonstram o “peso” de cada rede sobre a soma das vinte maiores empresas catalogadas em cada ano.

Se em 1992 os três maiores (Carrefour, CBD, Paes Mendonça) já respondiam por 50,96 % da receita, em 2003 apenas os dois maiores (Carrefour e CBD, que adquiriu o grupo Paes Mendonça) ultrapassaram este patamar e atingiram 53,21% do faturamento bruto anual. Isto significa um índice de concentração bastante elevado por parte das duas maiores empresas em relação às vinte maiores do ranking da ABRAS. Se somarmos os percentuais dos três maiores grupos, este índice chega aos 61,55 % em 2003. E aos 69,24 % e 74,32 % se considerarmos os quatro e os cinco primeiros colocados do ranking de faturamento, respectivamente.

Desta forma, fica evidente que o processo de concentração que o setor vem experimentando é mais expressivo no grupo das cinco principais redes, já que nos demais o aumento da participação se dá de forma bem mais moderada.

Um outro corte, mostrado pela tabela 1-E, permite visualizar a atuação das dez principais empresas em faturamento bruto anual do setor no período de 1992 a 2003. O faturamento conjunto das dez empresas, que em 1992 correspondia a 46,68% do total auferido pelas 300 empresas do ranking, saltou para 69,93% em 2000, declinando para 67,04% em 2003.

Os dados contidos nesta planilha foram alocados na tabela 1-F em forma de índices, calculados agora individualmente sobre a soma do faturamento das dez maiores. Neste caso, as redes Carrefour e CBD, que em 1992 detinham 47,75% do total faturado, passaram a deter 60,97% em 2003. Já as cinco principais, que em 1992 respondiam por 80,57% das dez maiores empresas, aumentaram sua participação para 85,15% do faturamento total da listagem da ABRAS.

Com isso, nota-se que, à medida que se reduz o número de empresas consideradas, o índice das duas maiores cresce como medida dessa redução, porém em proporção menor que o crescimento observado quando se compara com as cinquenta ou as trezentas maiores, o que indica que existe um nível de concentração mais elevado no grupo das dez maiores redes.

4.2 CLASSIFICAÇÃO DAS EMPRESAS SEGUNDO SEU ÍNDICE DE RECEITA

A tabela 2 (apêndice) é uma reprodução da tabela 1, porém com o objetivo de ilustrar o índice classificatório de cada empresa entre os anos de 1992 e 2003, em termos do faturamento bruto.

As observações efetuadas para as outras tabelas servem também para esta, no que diz respeito ao preenchimento das lacunas e ordem em que foram dispostas as empresas. Sua elaboração permite-nos entender melhor a montagem da tabela 1 e, por conseguinte, das demais tabelas, que levam em consideração a ordem classificatória das empresas a partir da primeira série analisada, que é o ano de 1992.

Um primeiro aspecto que estas informações permitem verificar é a trajetória ascendente no ranking de determinadas redes que ocupavam posições anteriores à quinquagésima e repentinamente ascendem às posições privilegiadas, como é o caso do Supermercado Zona Sul do Rio de Janeiro que, em 1992, ocupava a 165ª classificação para no ano seguinte estar na 40ª. Ou ainda o supermercado Irmãos Bretas & Filhos (MG) que, em 1992, ocupava a 74ª posição e em 2003 passou a figurar entre os dez maiores classificados no ranking da ABRAS.

Destas informações novamente é interessante notar a acirrada disputa pela primeira colocação no ranking que já vem se desenvolvendo desde os anos de 1970 entre o grupo Carrefour e a Cia Brasileira de Distribuição. O Carrefour se mantém em primeiro lugar até o ano de 1999, quando perde a colocação para a CBD, que assume a liderança em 2000 e a mantém até hoje. Por outro lado, nota-se a trajetória meteórica do Grupo Sonae que após adquirir a rede gaúcha Cia Real de Distribuição, em finais dos anos 80, ganha posições rapidamente no ranking a partir de 1998, alternando a partir de então com a rede Bom Preço as 3ª e 4ª posições.

Por outro lado, percebe-se, ainda, a trajetória descendente das Casas Sendas (RJ), que no período vai perdendo posições para se colocar em 5º lugar em 2003. No ano seguinte acabou sendo vendida para a CBD.

É interessante notar também que determinadas empresas perdem espaço para seus concorrentes em um determinado período e declinam de posição, posteriormente se recuperam e ganham terreno na disputa, como é o caso do Supermercado Condor (PR), que da 25ª posição, em 1992, desceu para a 43ª posição em 1993, para se firmar entre os vinte maiores grupos atualmente.

Esta tabela possibilita, ainda, observar a nova configuração verificada dentre as cinquenta maiores empresas, uma vez que, excetuando-se as cinco primeiras colocadas que apenas trocam de posição, para as demais verifica-se uma forte lacuna no ano de 2003 no âmbito das setenta primeiras empresas listadas, o que pode estar indicando o elevado grau de empresas incorporadas no período.

4.3 ANÁLISE DO NÚMERO DE FUNCIONÁRIOS

A tabela 3 (apêndice) apresenta o panorama geral do número de funcionários que cada uma das cinquenta empresas possuía anualmente no período analisado (1992/2003). A disposição das empresas listadas é a mesma da tabela 1 e 2, obedecendo sempre a ordem decrescente de faturamento bruto anual de cada rede, tomando-se como ponto de partida o ano de 1992. Da mesma forma, continua valendo para esta tabela as observações feitas para as tabelas 1 e 2 sobre as colunas cujas quantidades não foram preenchidas.

Da análise da tabela em questão verifica-se o expressivo crescimento no número de funcionários das empresas Carrefour e CBD, que em 1992 possuíam juntas 31.115 empregados. No conjunto dos anos analisados foram contratados 70.341 novos colaboradores, totalizando em 2003 a quantia de 101.456 funcionários, o que representa um crescimento de 226%.

Comportamento semelhante ocorreu com a rede Sonae que, a partir de 1998, aumentou uma vez e meia a quantidade de empregados, por ocasião da aquisição das redes Mercadorama e Cândia. Um ano depois novamente quase que

dobra essa quantidade, com a implantação de hipermercados e a aquisição de outras redes.

Verifica-se, ainda, que as cinco maiores empresas que em 1992 contratavam 74.580 empregados, dobram essa quantidade, em 2003, para 150.778 colaboradores, como resultado do acentuado índice de incorporações, principalmente no âmbito das grandes redes.

A tabela 3 B restringe a análise do número de empregados para as vinte maiores do setor em termos de faturamento. As empresas estão relacionadas nesta tabela na mesma ordem da tabela 3, porém como forma de identificar as vinte maiores em cada ano optou-se por registrar em negrito as quantidades de empregados nas respectivas colunas. Com isso, não precisam ser omitidas as informações para os anos em que determinadas empresas não ocupavam posicionamento entre as vinte principais.

Os vinte maiores supermercados contratavam, em 1992, a quantia de 131.303 empregados, distribuídos em suas 1064 lojas, o que daria uma média de 123 empregados por loja. Treze anos depois, os vinte maiores contavam com 215.512 colaboradores distribuídos em suas 1890 lojas, o que equivale a uma média de 114 empregados por loja.

A redução média do número de empregados por loja pode ser explicada entre outros fatores, pela crescente automação dos check-outs, principalmente com a implantação das leitoras do código de barras dos produtos que propiciou uma diminuição do número de funcionários na bateria de caixas. Há que se considerar, ainda, a redução do número de empregados na retaguarda da loja, pois os processos foram automatizados e com isso muitos dos serviços passaram a ser executados no caixa, como por exemplo, a pesagem de hortifrutigranjeiros.

Se cruzarmos a quantidade de empregados pelo valor nominal do faturamento das cinco principais empresas, verificamos que enquanto o faturamento em valores nominais aumentou em 314% no período 1994/2003, a quantidade de empregados aumentou no mesmo período em 114%, passando de 70.475 para 150.778.

A tabela 3A restringe o exame para as dez principais empresas do setor que no período obtiveram os maiores valores em faturamento, para analisar agora o número de empregados dessas redes. De acordo com a referida tabela, as dez maiores empresas detinham em 1992, início da série, 99.266 empregados, que se distribuíam pelas 774 lojas, o que resultava em uma média de 128 empregados por loja. Já em 2003 as dez primeiras colocadas contrataram 180.790 funcionários, os quais estavam lotados nas 1168 lojas, o que dá uma média de 155 empregados por loja, ou seja, um acréscimo de 82,12% no volume de contratações.

Esse suposto aumento na quantidade de empregados por loja não significa que as maiores redes contratam mais, mas apenas que essas empresas possuem muitos hiper-mercados com pelo menos 1.000m² de área em cada estabelecimento, o que acaba influenciando o número médio de funcionários por loja.

4.4 ANÁLISE DO NÚMERO DE LOJAS

A Tabela 4 (apêndice) apresenta o panorama do número de lojas das 50 maiores empresas em faturamento bruto em cada ano, para o período 1992 até 2003. Sua elaboração seguiu o roteiro da Tabela 1, ou seja, foram listados os mesmos cinquenta principais supermercados que no período analisado assumiram, ainda que por alguns anos, a condição de estar entre as cinquenta maiores empresas, em termos de faturamento bruto anual.

Não foram utilizados totalizadores já que as quantidades apontadas em cada ano não representam novo número de aquisições efetuadas, mas o número total de lojas que cada rede possuía.

Da análise da tabela em questão observa-se que as duas primeiras colocadas do ranking, (CBD e Carrefour) tiveram até 1998 um aumento contínuo, porém moderado do número de lojas. A partir de 1999 ocorreu um forte aumento nestas quantidades em decorrência do processo concentracionista, quando essas

empresas adquirem redes menores e suas lojas são conseqüentemente incorporadas ao seu patrimônio.

As duas redes possuíam, em 1992, 276 supermercados, passando para 826 lojas em 2003, o que dá um aumento de 199,27%. O mesmo movimento foi observado com a quarta colocada no ranking, a rede Sonae que, em 1997, ao adquirir a Cia Real de Supermercados com suas 49 lojas, anos depois aumentava sua quantidade para 164 lojas, um aumento de 234,69%.

Em 1992 os cinco maiores supermercados somavam juntos 531 lojas. Este número, em 2003, passou para 1.168 lojas, um aumento de 119,96%. Deve-se enfatizar que este número só não é maior porque algumas redes optaram por trabalhar com menor número de lojas, porém com grandes estabelecimentos, como é o caso da rede Wal-Mart que em 2003 possuía 25 lojas de pelo menos 1.000m² cada.

Assim, podemos dizer que o número de lojas de cada rede demonstra o nível de concentração ocorrida no setor, pois na maioria das vezes essas lojas se somam ao número daquelas que a rede já possuía para expressar a nova quantidade. A única exceção aqui é a rede Wal-Mart, que até 2003 optou por tamanho e não por quantidade.

A tabela 4-A procura focar somente as 20 maiores empresas em faturamento, à exemplo da tabela 1-C, porém para analisar agora a quantidade de lojas de cada rede. Da análise daquela tabela observa-se com maior clareza, que à exceção das grandes redes incorporadoras, não houve um aumento significativo no período nas quantidades de lojas por rede, sendo que em alguns casos ocorreu até uma pequena redução, principalmente naquelas que foram vendidas, como é o caso do Paes Mendonça e da CDA, que reduziram consideravelmente o número de lojas, e da Comercial Gentil Moreira e Rede Peralta, ambas de São Paulo.

As vinte maiores redes analisadas acresceram à seu patrimônio 826 lojas no período analisado, pois de um total de 1064 lojas existentes em 1992, passou-se para 1.890 em 2003, o que representa um crescimento de 77,63%.

A tabela 4-B restringe ainda mais o foco da análise para se concentrar apenas nos dez maiores do ranking em termos de faturamento bruto. Essas dez

empresas, que em 1992 possuíam juntas 774 lojas, acrescentaram no período analisado 394 novas lojas, totalizando a quantia de 1.168 supermercados em 2003, o que representa um crescimento de 50,90%, bastante superior ao verificado no grupo das 20 maiores redes analisadas.

CAPÍTULO 5: CONSIDERAÇÕES FINAIS

A dinâmica capitalista impõe, via concorrência, o processo concentrador de riqueza que se expande e se renova continuamente. Essa oxigenação renovada do capital ganha fôlego cada vez maior e a sua gênese é a sua centralização. Tal fenômeno, já amplamente observado em diversos setores da economia, atinge agora e com intensidade renovada o setor do comércio varejista de alimentos, representado pela figura dos supermercados.

Este segmento da economia, que até há alguns anos atrás mantinha um nível de concorrência basicamente entre seus pares nacionais, sofre atualmente o ataque das grandes empresas que operam em escala global, o que acabou transformando o cenário distributivo do setor.

Conforme demonstrado ao longo deste trabalho, verificou-se no período de doze anos aqui analisados uma nova conformação do mercado, muito mais concentrador, em que apenas as duas maiores redes obtiveram individualmente em 2003 um resultado de vendas de três a quatro vezes superior ao da terceira colocada, que também é uma grande estrangeira.

Verificou-se, ainda, a voraz internacionalização do setor, pois se em 1992 das cinco maiores redes catalogadas apenas uma era estrangeira. Hoje, ao contrário, apenas uma é genuinamente nacional e outra detém 50% de capital brasileiro, sendo que as demais são estrangeiras.

Da análise das tabelas pode se constatar que o crescimento das maiores redes não implicou somente o aumento do número de lojas, mas também, do tamanho delas com o surgimento dos denominados hiper-mercados.

Por outro lado, a quantidade de empregados contratada no período caminhou na contramão desse crescimento devido, principalmente, ao avanço tecnológico e à estabilidade da moeda.

Neste sentido, acredito que a proposta desta monografia cumpriu sua função, qual seja, a de investigar e trazer à luz do conhecimento científico como se deu a mudança no

cenário deste segmento específico da economia, revelando o seu grau de concentração e internacionalização.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Associação Brasileira de Supermercados - Ranking ABRAS 1992, Disponível em < http://www.abrasnet.com.br/index_ranking.htm> Acesso em 14/05/2004, 10/10/2004 e 03/05/2005.

_____. Ranking ABRAS 1993, Disponível em < <http://www.abrasnet.com.br>> Acesso em 17/05/2004, 10/10/2004 e 03/05/2005

_____. Ranking ABRAS 1994, Disponível em < <http://www.abras.com.br>> Acesso em 23/05/2004, 10/10/2004, 03/05/2005

_____. Ranking ABRAS 1995, Disponível em < <http://www.abras.com.br>> Acesso em 25/05/2004 e 10/10/2004, 03/05/2005

_____. Ranking ABRAS 1996, Disponível em < <http://www.abras.com.br>> Acesso em 28/05/2004 e 10/10/2004, 03/05/2005

_____. Ranking ABRAS 1997, Disponível em < <http://www.abras.com.br>> Acesso em 28/05/2004 e 10/10/2004, 03/05/2005

_____. Ranking ABRAS 1998, Disponível em < <http://www.abras.com.br>> Acesso em 03/06/2004 e 10/10/2004, 14/05/2005

_____. Ranking ABRAS 1999, Disponível em < <http://www.abras.com.br>> Acesso em 08/06/2004 e 10/10/2004, 14/05/2005

_____. Ranking ABRAS 2000, Disponível em < <http://www.abras.com.br>> Acesso em 14/06/2004 e 10/10/2004, 14/05/2005

_____. Ranking ABRAS 2001, Disponível em < <http://www.abras.com.br>> Acesso em 20/06/2004 e 10/10/2004, 14/05/2005

_____. Ranking ABRAS 2002, Disponível em < <http://www.abras.com.br>> Acesso em 20/09/2004, 10/10/2004, 14/05/2005

_____. Ranking ABRAS 2003, Disponível em < <http://www.abras.com.br>> Acesso em 14/05/2005,

BELIK, W. Muito além da porteira, Mudanças nas formas de coordenação da cadeia agroalimentar no Brasil. São Paulo: UNICAMP, 2001.

BNDES: Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social, Disponível em <http://www.bndes.gov.br/conhecimento/consulta.asp> Acesso em 26/04/2004, 20/09/2004 e 17/06/2005.

CONCEIÇÃO, José Luiz da. Carrefour vai investir R\$ 600 milhões no Brasil em 2005. O Estado de São Paulo, Suplemento Especial 19/05/2005, fl H8.

COUTINHO, L. **Nota sobre a Natureza da Globalização em Economia e Sociedade** – IE/UNICAMP. Campinas, n.4 jun/95.

IPEA: Instituto de Pesquisa Aplicada. Disponível em < <http://www.ipea.gov.br>> Acesso em 26/04/2004, 20/09/2004, 17/06/2005.

MATOS, Adriana. **Multis abocanham 70% do faturamento dos supermercados**, Folha de São Paulo, Suplemento Folha Dinheiro, 05/05/2005 fl. B 4.

MARX, K. **O capital, a lei geral da acumulação capitalista**. Livro I, Vol. II, Cap.XXIII, 9ª ed., 1984, p.933.

MOLLO, M.L.R. **Globalização da economia, exclusão social e instabilidade, em Estudos Econômicos**. São Paulo: USP. V.18.

POMAR, Wladimir. **Nossas Perplexidades**. Revista Teoria e Debate nº 35 (jul, ago, set/97).

SAAB, William George Lopes (Org.); GIMENEZ, Luiz Carlos P.; RIBEIRO, Rodrigo Martins. **Super e hipermercados no Brasil – desempenho recente**. OUTUBRO/2000. Disponível em: < <http://www.ipea.gov.br>>.

_____. **Supermercados no Brasil – O Movimento das empresas menores**, DEZEMBRO/2000. Disponível em: < <http://www.ipea.gov.br>>.

_____. **Supermercados no Brasil – O movimento das grandes empresas**, DEZEMBRO/2000. Disponível em: < <http://www.ipea.gov.br>>.

SANTOS Angela Maria M. M, GIMENEZ, (Luiz Carlos P., CROESY Lorenza C GARBAYO, Arthur **Supermercados no Brasil – situação atual** , JUNHO 1999 Disponível em: < <http://www.ipea.gov.br>>.

SIMONETTI, Célia Regina B. **Planejamento Estratégico, Planejamento estratégico para unidades de informação**, São Paulo, 1995.

Carrefour Acelera Expansão no Brasil. Valor Econômico, 20/05/2005, São Paulo, n 36.

Grupo francês paga R\$ 1,3 bilhão para partilhar controle do Pão de Açúcar, FOLHA DE SÃO PAULO, São Paulo, 04/05/2005.

Supermercados faturaram R\$ 91,6 bilhões em 2004, Agência Estado, 28/04/2005.

G. Barbosa será do Acon até março, Jornal a Tarde, São Paulo/SP 01/02/2005.

Crescem a concentração e a rentabilidade dos supermercados, Valor on line. 28/04/2005.

Concentração cresce no varejo. Jornal do Brasil, Rio de Janeiro/RJ, 28/03/2005.

Carrefour acelera expansão no Brasil. Valor Econômico.

APENDICE

TABELA 1: RELAÇÃO DAS 50 MAIORES EMPRESAS EM FATURAMENTO BRUTO ANUAL

continuação

EMPRESA	UF	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
SUPERMERCADO NAGUMO	SP	160.300.000.000	428.660	37.664.764	950.761.38	141.102.700	172.105.929	172.105.929	184.409.992	178.903.746	184.409.992	184.409.992	228.148.762
SUPERM RINHOES LOPES LT	SP	97.228.188.401	366.471.5	515.385.54	743.337.86	92.008.312	92.008.312	143.840.063	164.806.372	216.806.057	237.465.998	281.830.010	308.152.863
SUPERMERCADOS BOMBAIS LTDA	MG	230.961.780.899	271.1331	49.751.814	7777.1811	99.407.795	121.396.332	783.287.847	945.736.138	1.211.332.246	1.482.898.841	1.704.490.774	1.940.103.802
WAL-MART BRASIL	SP							181.341.928	161.298.427	172.909.881	178.843.644	183.729.838	220.397.108
SUPERMERCADOS MODELO LT	MT	102933005000	2857477	58298000	95038675	106483000	113672880	133.443.286	135.018.321	141.872.320	186.325.884	186.098.138	176.282.699
SUPERMERCADOS BERGAMINI LTDA	SP	228.767.038.509	457.967.9	62.096.473	730777.15	9567.5894	42.122.220	131.133.813	125.018.321	121.886.124	122.186.003		
NAZARÉ COM DE ALIMENTOS	PA	9703219397						115.314.880	118.200.000				
EMPRESA PERNAMBUCANA ALIMENTAÇÃO	PE	150.186.854.726	3736190	47.487.714	72638861	9147.0624	11257.6565	115.314.880	125.300.000				
SUPERMERCADOS ARI SERVE SA	MG							102.085.941	128.102.828	128.941.997	128.941.997	128.941.997	128.941.997
VABRASIL COM INO LTDA	PA	180.430.985.104	3018643	22248983	55850000	98100000	112550000	102.085.941	128.102.828	128.941.997	128.941.997	128.941.997	128.941.997
LIDER SUPERMERCADOS	PA			65.154.355	78405205			102.085.941	128.102.828	128.941.997	128.941.997	128.941.997	128.941.997
Y FARMACIA S/A COM INO	PA			53208855	69548828	95540286	98.137.986	99700910	106.314.709	109.448.919	204.197.194	204.197.194	204.197.194
SUPERMERCADOS GIMENES	PI	197.394.961.116	4297365	30028413	43977313	77204008	103884582	115030393	143.216.088	181.708.904	205.302.858	205.302.858	205.302.858
CARVALHO E FERNANDES LT	RJ	161.760.814.000						67766805	127.990.097	144.456.810	144.456.810	144.456.810	144.456.810
IMPERIO DA BANHA LTDA	RJ							67766805	127.990.097	144.456.810	144.456.810	144.456.810	144.456.810
BAVEGNAGO SUPERMERCADOS LTDA	SP	76340001401	2166205	27966666				67766805	127.990.097	144.456.810	144.456.810	144.456.810	144.456.810
BOA PRACA SUPERMERCADOS S/A	ES	62.717.189.892	1489926	24429896	42828130	52277785	52111480	71827981	118.179.000	140.425.390	147.268.878	147.268.878	147.268.878
GIASSI & CIA LTDA	SC	128.017.002.981	2620164	35672585	57076122	65294752	91711182	94579935	107.499.317	132.194.283	145.307.120	210.387.861	268.903.514
FORM UNIDA DE CEREJAS LT	RS	120.438.088.303	3025327	40198751	69871225	72786282	75266680	85345866	106.317.187	108.886.483	115.233.765	134.928.688	149.825.181
FORMOSA SUPERMERCADOS	PA	74774767115			50848924	65544154	72445578	83941928	108.495.754	124.284.716	140.427.052	167.861.484	197.905.808
CASA AVENIDA COM IMP LT	RJ	53289918340	1306165	17571372	32652811	54945494	67220925	78901483	95.945.375	99.722.811	100.857.847	127.977.689	139.876.292
SUPERMERCADOS ALTO DA POSSE LTDA	RJ	78670021096	1764826	26908584	55176297	67114419	80519806	83821308	95.945.375	99.722.811	100.857.847	127.977.689	139.876.292
SUPERMERCADO SUPERPAO	PR	73419421265	1928153	27765888	38001718	48505562	67457667	77996490	90.773.492	108.470.892	111.761.498	134.762.048	173.892.218
COOP DOS CARCIULTORES	SP	148.891.038.008	3215605	41490976	57662754	65624435	84034644	86698297	89.790.000	93.216.083	100.857.847	111.340.189	131.882.804
JAO ZOO THEB & CIA LTDA	SP	97486709266	20054465	28797309	38039877	44417483	57471502	74485605	87.849.085	98.871.283	108.083.808	124.429.837	145.348.220
SUPERMERCADOS GONCALVES	RO		1.414.081	15.292.078	38.725.649	40.272.383	53.135.171	70.328.107	84.219.492	93.755.776	103.184.378	124.429.837	145.348.220
UNISUPER S/A	ES								84.219.492	93.755.776	103.184.378	124.429.837	145.348.220
SUPERMERCADOS IMPERATRIZ LTDA	SC	87970031826	2470821	28904026	46280882	44680184	53825786	64114858	74.146.114	101.298.984	122.965.582	144.028.912	186.812.101
COMERCIAL DELTA TONTO CERTO LTDA	SP	3478698462	1586673	25352738	37107340	44680184	60140468	61634491	71.311.426	101.298.984	122.965.582	144.028.912	186.812.101
SANTA CRUZ IMP COM AL	GO	89451387118	2486032	34015647	40338529	51046707	59289789	61634491	71.311.426	101.298.984	122.965.582	144.028.912	186.812.101
AM PM COMESTIVEIS LTDA	RJ							24201096	60.584.913	69.515.603	85.118.878	108.212.000	192.276.000
ARAUJO HIPERMERCADOS	MG	81.505.548.517	2.437.004	37.240.938	40.884.852	52.763.788	59.379.358	69.515.603	61.493.996	66.100.351	86.033.654	99.248.884	121.714.004
COOP CONS COPECERICA	SP	221.169.817.000	4.914.988		65.160.000	75.076.000	82.785.000	85.108.000	84.070.000	86.834.200	98.884.886	102.967.754	102.967.754
COVABRA COM LTDA	SP								86.834.200	98.884.886	102.967.754	102.967.754	102.967.754
ECON SUPERMERCADOS	RJ								86.834.200	98.884.886	102.967.754	102.967.754	102.967.754
FUTURAMA SUPERMERCADO LTDA	RJ								86.834.200	98.884.886	102.967.754	102.967.754	102.967.754
IMPORTADORA E EXPORTADORA DE CEREJAS	RS								86.834.200	98.884.886	102.967.754	102.967.754	102.967.754
SUPER CASAGRANDE	ES								86.834.200	98.884.886	102.967.754	102.967.754	102.967.754
SUPERMERCADO SUPERMERC. LT	DF								86.834.200	98.884.886	102.967.754	102.967.754	102.967.754
RECEITA 50 MAIORES	BR	52.281.462.707.448	1.208.963.279	15.621.987.630	21.376.089.746	23.884.180.992	25.825.940.407	30.522.525.363	33.751.255.639	39.298.213.809	41.293.778.270	45.462.857.578	50.208.757.623
SOMA 2 MAIORES	BR	16.174.762.213.344	414.790.283	5.932.299.569	7.851.972.588	8.432.679.834	9.171.572.228	12.737.511.457	15.704.118.873	19.070.724.358	19.084.211.744	21.739.427.342	23.818.951.954
SOMA 10 MAIORES RECEITAS	BR	28.846.524.585.880	609.464.465	8.035.448.465	11.227.913.274	12.235.664.586	13.813.594.244	18.337.757.024	23.378.840.737	27.600.820.052	28.330.213.014	30.860.688.084	33.284.955.234
SOMA 20 MAIORES RECEITAS	BR	34.070.161.188.032	778.376.401	10.070.888.786	13.842.175.783	15.236.011.621	16.818.980.233	22.088.877.336	26.984.180.189	31.873.608.938	33.085.595.338	35.919.216.388	39.082.250.762
RECEITA 300 MAIORES	BR	42.532.600.725.361	972.150.505	12.376.031.817	17.099.340.890	18.928.884.366	20.570.342.390	28.538.822.382	33.986.755.006	39.138.388.832	40.809.373.614	44.735.613.121	48.735.613.121
	BR	72.840.071.053.607	1.678.679.555	21.262.099.872	29.784.782.925	31.762.388.597	34.746.468.501	38.083.436.765	39.333.529.571	45.292.192.953	47.468.337.223	52.333.162.139	56.285.727.361

Fonte: Associação Brasileira de Supermercados

Nota: Tabela elaborada pelo autor com base no ranking anual das 300 empresas catalogadas anualmente pela consultoria A. C. Nielsen Associados e pela Associação Brasileira de Supermercados

(*) A CIA BRASILEIRA DE DISTRIBUIÇÃO, CBO, É DETENTORA DA MARCA PÃO DE AÇÚCAR QUE ADQUIRIU AS REDES BARATEIRO, PERALTA, NAGUMO E MILLOS DE SÃO PAULO, FREEWAY, SE E PAES MENDONÇA DO RJ.

(**) A REDE DE SUPERMERCADOS PLANALTO NO DF, A REDE RONGETTI NO ES, A REDE ELDOADO EM SP E AS REDES RAINHA, CONTINENTE E DALIAS DO RJ, FORAM ADQUIRIDAS PELA REDE FRANCESA DE SUPERMERCADOS CARREFOUR.

(***) AS REDES NACIONAL E REAL DE SUPERMERCADO DO RS, A REDE CÂNDIA DE SP E DEMETERCOMERCADORA E COLETO DO PR FORAM ADQUIRIDAS PELA REDE PORTUGUESA SONAE DETENTORA NO PAÍS DA MARCA BIG.

(****) A REDE DE SUPERMERCADOS DO GRUPO GARANTIA QUE HAVIA ADQUIRIDO AS REDES ABCINDOMIAL, ADQUIRIDA PELA REDE PORTUGUESA, JERONIMO MARTINS E POSTERIORMENTE VENDIDA PARA A CIA BRASILEIRA DE DISTRIBUIÇÃO.

(*****) A REDE TRÊS PODERES DO RJ FOI ADQUIRIDA PELO GRUPO SENAS DO RJ QUE RECENTEMENTE (2004) FOI VENDIDA PARA A CIA BRASILEIRA DE DISTRIBUIÇÃO.

(*****) REDES DE SUPERMERCADOS QUE FAZIAM OU RESOLVERAM ENCERRAR ATIVIDADES.

O RANKING ABRAS RELACIONA ANUALMENTE AS 300 MAIORES EMPRESAS DO SETOR QUE REPRESENTAM, SEGUNDO O PRESIDENTE DAQUELA INSTITUIÇÃO, APROXIMADAMENTE 60% DO TOTAL DAS VENDAS DO SEGMENTO DO VAREJO DE ALIMENTOS.

ALGUMAS EMPRESAS DEIXAM DE RESPONDER O QUESTIONÁRIO ABRAS EM DETERMINADO ANO O QUE PROVOCA A AUSÊNCIA DE INFORMAÇÕES EM ALGUMAS COLUNAS DA TABELA.

A FALTA DE INFORMAÇÕES EM ALGUMAS COLUNAS, OCORRE ANDA EM FUNÇÃO DA POSIÇÃO CLASSIFICATÓRIA DA EMPRESA QUE PODE SER POSTERIOR A TRICENTÉSIMA.

AQUELAS EMPRESAS QUE NÃO ESTÃO ASSINALADAS COM ASTERISCO À DIREITA DO ÚLTIMO VALOR REGISTRADO, PODE TER OCORRIDO A FALÊNCIA COMO É O CASO DO SUPERMERCADO VITÓRIA, OU A INCORPORAÇÃO, JÁ QUE NÃO FOI POSSÍVEL ESSO/AR NESTE TRABALHO O DESTINO DE TODAS AS EMPRESAS DO R.

TABELA 1-A: PERCENTUAIS ANUAIS DO FATURAMENTO DE CADA EMPRESA EM RELAÇÃO ÀS 300 MAIORES

EMPRESA	UF	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
CARREFOUR COM E IND AS	SP	14,149	15,040	15,393	16,721	16,418	15,927	18,389	20,195	21,020	19,459	19,244	19,928
CIA BRASILEIRA DE DISTRIBUICAO	SP	6,015	9,666	10,618	10,641	11,132	10,473	14,364	19,730	21,086	20,767	22,297	21,948
PAES MENDONÇA	SP	7,537	3,839	3,514	2,940	3,180	2,668	2,177	1,816	2,084	2,199		
CASAS SENDAS COM E IND	RJ	4,138	4,284	4,235	4,445	4,867	4,908	5,023	6,045	5,473	5,524	4,828	3,902
BOMPREÇO SA SUPERMERCADOS DO NE	PE	3,780	3,477	4,019	3,950	3,926	5,766	6,329	6,718	6,789	6,397	5,909	
CIA ZAFFARI DE SUPERMERCADOS	RS	1,909	1,831	1,608	1,656	1,851	1,831	1,723	1,771	1,666	1,767	1,987	2,029
ELDORADO SA COM IND IMP	SP	1,878	1,999	1,856	1,732	1,571	1,309						
CIA REAL DE DISTRIBUICAO / SONAE DISTRIB. BR S/A	RS	1,792	1,895	1,887	1,683	1,768	1,816	4,047	7,267	6,442	7,187	6,366	6,406
NACIONAL CENTRAL DIST ALIM LTDA	RS	1,769	1,864	1,617	1,972	2,190	2,124	2,383					
SESI SERVICO SOCIAL INDUSTRIA SP	SP	1,718	1,233	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
REDE BARATEIRO DE SUPERMERCADOS	SP	1,580	1,483	1,487	1,395	1,556	1,651						
COOP CONS EMP GRUPO RODHIA	SP	1,522	1,393	1,147	1,179	1,313	1,345	1,278	1,248	1,199	1,347	1,440	1,614
COML GENTIL MOREIRA SA	SP	1,471	1,252	1,391	1,181	1,147	0,908	0,648	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
JERONIMO MARTINS/ SE SUPERM	BA	1,268	1,262	1,334	1,332	1,570	1,517	1,530					
CDA - CIA DOSUL DE ABASTECIMENTO	RS	1,181	1,029	0,791	0,324	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
PERALTA COML IMP LTDA	SP	1,059	1,244	0,820	0,837	1,021	0,906	0,866					
DEMETERCO & CIA LTDA	PR	1,058	1,022	1,140	1,244	1,450	1,441						
RAINHA SUPERMERCADOS LTDA	RJ	0,965	0,819	0,889	0,887	0,750	0,700	0,722					
G BARBOSA & CIA LTDA	SE	0,767	0,807	0,899	0,865	0,961	0,995	1,122	1,319	1,389	1,539	1,543	1,585
SUPERMERCADOS MUNDIAL / ABC SUPERMERCADOS	RJ	0,726	0,617	0,896	0,643	0,722	0,728	0,786	0,834	0,813	0,869	1,046	
SUPERMERCADOS TULHA LTDA	SP	0,688	0,468	0,507	0,531	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
ABASTECEDORA BRAS CEREJAS LTDA	RJ	0,681	0,637	0,891	0,628	0,727	0,747						
FREEMWAY SUPERMERCADOS SA	RJ	0,616	0,520	0,482	0,390	0,344							
A ANGELONI & CIA LTDA	SC	0,584	0,615	0,705	0,734	0,766	0,816	0,834	0,965	1,067	1,144	1,144	1,289
SUPERMERCADOS CONDOR LTDA	PR	0,516	0,374	0,482	0,491	0,582	0,634	0,612	0,637	0,682	0,718	0,902	0,881
SUPERMERCADOS VITORIA LTDA	SC	0,507	0,503	0,528	0,540	0,563	0,774	0,782	0,899	0,976	0,000	0,000	0,000
REDE STO ANTONIO DE SUPERM LTDA	SP	0,498	0,508	0,540	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
TRES PODERES SA SUPERMERCADOS	RJ	0,495	0,466	0,886	0,582	0,520	0,498	0,461					
EPA SUPERMERCADOS AS/ DNA DISTRIB. LT	MG	0,494	0,585	0,880	0,484	0,516	0,581	0,634	0,828	0,886	0,880	0,834	1,348
DIAS PASTORINHO SA COM E IND	SP	0,482	0,418	0,527	0,410	0,395	0,348	0,335	0,331	0,289	0,276	0,271	0,285
SUPERMERCADOS NORDESTAO LTDA	RN	0,490	0,466	0,460	0,419	0,444	0,423	0,428	0,448	0,421	0,429	0,437	0,460
ORG N SRA DA ABADIA LTDA	MG	0,480	0,572	0,697	0,654	0,000	1,117	1,118					
CONTINENTE SUPERMERCADOS LTDA	RJ	0,466	0,526	0,631	0,649	0,786	0,741						
CINTRIA & CIA LTDA	BA	0,450	0,233	0,214	0,274	0,269	0,207	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
PEDRO MUFFATO E CIA LTDA	PR	0,413	0,388	0,351	0,567	0,620	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
CASAS DO OLEO LTDA	AM	0,409	0,324	0,389	0,323	0,349	0,335	0,317	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
SESI SERVICO SOCIAL INDUSTRIA SC	SC	0,407	0,470	0,000	0,422	0,413	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
CASAS GUANABARA COMESTIVEIS LTDA	RJ	0,405	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
J MELO IMP E EXP LTDA	CE	0,391	0,320	0,292	0,329	0,378	0,365	0,348	0,328	0,000	0,000	0,000	0,000
FECOB FED COOP BANCO BRASIL LTDA	SP	0,386	0,369	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
MERCADINHO NOVA VIDA LTDA	PE	0,379	0,370	0,270	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
SENFF PARATI SA	PR	0,370	0,340	0,342	0,308	0,378	0,365	0,344	0,310				
SUPERMERCADOS LUSITANA LTDA	MA	0,360	0,377	0,423	0,476	0,496	0,453	0,409	0,356	0,279	0,261	0,000	0,000
SONDA SUPERMERCADOS EXP E IMP LT	SP	0,360	0,643	0,708	0,683	0,837	0,759	0,703	0,836	0,762	0,905	0,842	1,044
IRMAOS MUFATO CIA LTDA	PR	0,347	0,344	0,430	0,333	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,967	1,072
SUPERMERCADOS RONCETTI AS/ UNIBRAS ALIMENTOS	ES	0,343	0,411	0,438	0,497	0,000	0,424	0,813					
COOP CONS EMP VOLKSWAGEN BRASIL	SP	0,342	0,328	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
SUPERMERCADOS BATAGIN LTDA	SP	0,337	0,485	0,422	0,306	0,624	0,683	0,681	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
COOP AGRIC DE COTIA	SP	0,336	0,286	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
COM CEREJAS ARROZ ENXUTO LTDA	SP	0,328	0,298	0,283	0,240	0,260	0,310	0,324	0,348	0,298	0,272	0,285	0,000
UNIMAR SUPERMERCADOS	BA	0,000	2,473	2,320	2,086	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
CANDIA MERCANTIL NORTE SUL LTDA	SP	0,279	0,730	0,954	0,963	0,988	0,894						
MILLO'S COML CARAJAS LT	SP	0,301	0,396	0,465	0,524	0,651	0,590						
SUPERMERCADOS ZONA SUL SA	RJ	0,094	0,394	0,389	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000

IRMAOS BRETAS & FILHOS LTDA	MG	0,241	0,366	0,594	0,446	0,667	0,514	0,759	0,866	1,040	1,267	1,267	1,332
DAVO SUPERMERCADOS LTDA	SP	0,326	0,336	0,408	0,410	0,437	0,468	0,517	0,527	0,608	0,601	0,742	0,653
SUPERMERCADOS REAL DE EDEN	RJ	0,272	0,146	0,436	0,313	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
COML PEREIRA ALIMENTOS	MS	0,106	0,136	0,398	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
COFESA COML FERREIRA SANTOS S A	SP	0,164	0,142	0,392	0,234	0,341	0,281	0,264	0,234	0,220	0,000	0,000	0,000
SUPERMERCADO SERRA E MAR	RJ	0,000	0,203	0,389	0,578	0,713	0,664	0,466	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
SUPERMERCADO PLANALTO	DF	0,026	0,316	0,462	0,478	0,511	0,492	0,469					
DALLAS SUPERMERCADOS LT	RJ	0,247	0,282	0,202	0,463	0,000	0,392	0,417					
PETIPREÇO SUPERMERCADO	BA	0,186	0,201	0,283	0,396	0,440	0,428	0,409	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
SUPERMERCADOS COLETÃO	PR	0,216	0,221	0,289	0,369	0,406	0,408	0,416	0,000	0,533	0,000	0,000	0,000
IRMAOS RUSSI LTDA	SP	0,281	0,260	0,310	0,322	0,396	0,394	0,441	0,484	0,000	0,000	0,000	0,000
EMPR BAIANA DE ALIM. S A EB	BA	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
SUPERETE QUEIROZ LTDA	RN	0,061	0,068	0,085	0,306	0,336	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
SUPERMERCADO MAGNUM	SP	0,247	0,266	0,176	0,319	0,319	0,444	0,424	0,462	0,000	0,000	0,000	0,000
SUPERMERCADO LOPES LT	SP	0,133	0,216	0,242	0,260	0,280	0,361	0,376	0,393	0,366	0,362	0,393	0,366
SUPERMERCADOS BANANAS LTDA	MG	0,316	0,162	0,231	0,281	0,313	0,349	0,377	0,394	0,478	0,500	0,500	0,526
WAL-MART BRASIL	SP	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	2,067	2,430	3,124	3,267	3,330
SUPERMERCADO MODELO LT	MT	0,140	0,176	0,274	0,319	0,336	0,327	0,397	0,410	0,382	0,000	0,351	0,378
SUPERMERCADOS BERGAMINI LTDA	SP	0,313	0,273	0,282	0,246	0,302	0,321	0,351	0,000	0,000	0,377	0,000	0,000
NAZARÉ COML DE ALIMENTO	PA	0,133	0,000	0,000	0,000	0,000	0,121	0,444	0,343	0,313	0,350	0,321	0,301
EMPRESA PERNAMBUCANA ALIMENTAÇÃO	PE	0,206	0,223	0,223	0,244	0,288	0,324	0,327	0,000	0,289	0,267	0,000	0,000
SUPERMERCADOS JAU SERVE SA	SP	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,319	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
VIABRASIL COM IND LTDA	MG	0,000	0,000	0,106	0,186	0,303	0,323	0,303	0,309	0,276	0,267	0,230	0,222
LIDER SUPERMERCADOS	PA	0,247	0,160	0,311	0,263	0,000	0,000	0,000	0,763	0,643	0,909	0,996	1,031
Y YAMADA S/A COM IND	PA	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,466	0,669	0,570	0,662	0,667
SUPERMERCADOS GUINERES	SP	0,270	0,266	0,260	0,234	0,301	0,282	0,362	0,433	0,416	0,430	0,464	0,531
CARVALHO E FERNANDES LT	PI	0,000	0,000	0,141	0,146	0,243	0,269	0,302	0,362	0,336	0,433	0,436	0,446
IMPERIO DA BANHA LTDA	RJ	0,222	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,326	0,296	0,304	0,314	0,267
SAVEGNAGO SUPERMERCADOS LTDA	RJ	0,106	0,126	0,131	0,000	0,000	0,196	0,263	0,306	0,331	0,407	0,461	0,551
BOA PRAÇA SUPERMERCADOS S/A	ES	0,066	0,089	0,116	0,144	0,166	0,161	0,189	0,293	0,310	0,325	0,300	0,000
GIASSI & CIA LTDA	SC	0,171	0,166	0,189	0,192	0,206	0,264	0,248	0,274	0,272	0,306	0,417	0,462
COML UNIDA DE CEREJAS LT	RS	0,166	0,160	0,189	0,226	0,217	0,224	0,270	0,240	0,243	0,262	0,262	0,267
FORMOSA SUPERMERCADOS	PA	0,102	0,000	0,000	0,171	0,206	0,209	0,220	0,263	0,274	0,296	0,321	0,340
CASA AVENIDA COM IMP LT	SP	0,073	0,076	0,063	0,110	0,173	0,193	0,207	0,242	0,220	0,212	0,000	0,000
SUPERMERCADOS ALTO DA POSSE LTDA	RJ	0,109	0,106	0,127	0,166	0,211	0,232	0,220	0,242	0,209	0,229	0,246	0,240
SUPERMERCADO SUPERPÃO	PR	0,101	0,116	0,131	0,136	0,163	0,194	0,206	0,231	0,236	0,236	0,266	0,266
COOP DOS CAFECULTORES	SP	0,200	0,192	0,196	0,194	0,270	0,242	0,238	0,227	0,206	0,212	0,213	0,236
JAO ZOITHEB & CIA LTDA	SP	0,079	0,119	0,136	0,131	0,140	0,166	0,166	0,180	0,223	0,216	0,223	0,236
SUPERMERCADOS GONÇALVES	RO	0,000	0,064	0,072	0,130	0,166	0,163	0,166	0,216	0,141	0,130	0,121	0,126
UNISUPER S/A	ES	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,396	0,392	0,393	0,370
SUPERMERCADOS IMPERATRIZ LTDA	SC	0,120	0,147	0,136	0,166	0,000	0,164	0,166	0,189	0,224	0,261	0,000	0,000
COMERCIAL DELTA PONTO CERTO LTDA	SP	0,046	0,093	0,119	0,126	0,141	0,000	0,166	0,161	0,221	0,256	0,276	0,289
SANTA CRUZ IMP COM AL	GO	0,131	0,146	0,160	0,136	0,160	0,171	0,162	0,161	0,207	0,230	0,307	0,282
AM PM COMESTIVEIS LTDA	RJ	0,000	0,000	0,000	0,000	0,036	0,061	0,064	0,164	0,000	0,000	0,302	0,330
ARAUJO HIPERMERCADOS	MG	0,112	0,146	0,176	0,136	0,166	0,143	0,166	0,166	0,163	0,179	0,197	0,211
COML OSWALDO CRUZ LT	SP	0,303	0,293	0,244	0,219	0,236	0,239	0,223	0,216	0,190	0,181	0,160	0,209
COOP CONS COPECICA	SP					0,000	0,000	0,000	0,000	0,192	0,206	0,183	0,177
COVABRA COML LTDA	SP					0,000	0,000	0,000	0,000	0,191	0,211	0,221	0,264
ECON SUPERMERCADOS	RJ			0,046		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,153	0,333
FUTURAMA SUPERMERCADO LTDA	SP					0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,330	0,336
IMPORTADORA E EXPORTADORA DE CEREJAS	RS					0,000	0,133	0,133	0,177	0,196	0,230	0,266	0,336
SUPER CASAGRANDE	ES					0,000	0,000	0,000	0,127	0,132	0,140	0,213	0,213
SUPERMAIA SUPERMERC. LT	DF					0,000	0,000	0,078	0,096	0,127	0,166	0,216	0,217
						0,089	0,086	0,120	0,160	0,172	0,212	0,212	0,217

Fonte: Associação Brasileira de Supermercados

Note: Tabela elaborada pelo autor com base no ranking anual das 300 empresas catalogadas anualmente pela consultoria A C Nielsen Associados e pela Associação Brasileira de Supermercados

PERCENTUAL RECEITA 10 MAIORES/300	BR	71,636	71,900	73,473	71,775	75,196	74,340	80,146	85,808	86,768	86,992	86,872	86,172
PERCENTUAL RECEITA 2 MAIORES/300	BR	22,163	24,707	26,010	26,362	26,549	26,400	32,763	39,926	42,106	40,225	41,540	40,876
PERCENTUAL 5 MAIORES RECEITAS/300	BR	39,527	36,306	37,778	37,697	38,523	39,762	48,152	59,946	60,939	59,725	59,142	57,092
PERCENTUAL 10 MAIORES RECEITAS/300	BR	46,684	46,368	47,365	46,810	47,969	48,701	59,001	66,527	69,932	69,700	68,636	67,042
PERCENTUAL 20 MAIORES RECEITAS/300	BR	58,280	57,912	56,207	57,410	59,596	59,211	67,060	76,237	77,575	78,052	77,596	76,816

TABELA 1-B: PERCENTUAL DE PARTICIPAÇÃO DAS 50 MAIORES EMPRESAS SOBRE O FATURAMENTO TOTAL AUFERIDO PELAS MESMAS

	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
CARREFOUR COM E IND AS	SP	19,750	20,919	20,951	21,904	20,503	22,944	23,536	24,225	22,368	22,152	21,965
CIA BRASILEIRA DE DISTRIBUICAO	SP	11,188	13,444	14,449	14,825	14,803	14,088	17,922	24,302	23,872	25,666	25,470
PAES MENDONÇA	SP	10,520	5,339	4,783	4,096	4,230	3,589	2,717	2,379	2,527		
CASAS SENDAS COM E IND	RJ	5,777	5,958	5,764	6,193	6,472	6,602	7,045	6,308	6,350	5,558	4,528
BOMPREÇO SA SUPERMERCADOS DO NE	PE	5,276	4,836	5,470	5,503	5,221	7,783	7,896	7,829	7,743	7,804	6,857
CIA ZAFFARI DE SUPERMERCADOS	RS	2,665	2,547	2,188	2,310	2,462	2,483	2,150	1,920	2,031	2,288	2,355
ELDORADO SA COM IND IMP	SP	2,622	2,780	2,662	2,412	2,090	1,761					
CIA REAL DE DISTRIBUICAO / SONAE DISTRIB. BR S/A	RS	2,501	2,636	2,568	2,317	2,349	2,442	5,050	7,655	8,261	7,351	7,433
NACIONAL CENTRAL DIST ALIM LT	RS	2,470	2,592	2,472	2,748	2,912	2,857	2,948				
SESI SERVICIO SOCIAL INDUSTRIA SP	SP	2,398	1,715									
REDE BARATEIRO DE SUPERMERCADOS	SP	2,205	2,062	2,023	1,944	2,069	2,221					
COOP CONS EMP GRUPO RODHIA	SP	2,124	1,937	1,562	1,643	1,746	1,810	1,594	1,382	1,549	1,657	1,873
COML GENTIL MOREIRA SA	SP	2,053	1,741	1,894	1,646	1,525	1,222	0,809				
JERONIMO MARTINS/ SE SUPERM.	BA	1,770	1,755	1,816	1,884	2,088	2,041	1,908				
CDA - CIA DOSUL DE ABASTECIMENTO	RS	1,649	1,431	1,076	0,452							
PERALTA COML IMP LTDA	SP	1,479	1,730	1,116	1,168	1,358	1,221	1,068				
DEMETERCO & CIA LTDA	PR	1,477	1,421	1,552	1,733	1,928	1,938					
RAINHA SUPERMERCADOS LTDA	RJ	1,347	1,139	1,183	0,915	0,997	0,941	0,901				
G BARBOSA & CIA LTDA	SE	1,070	1,123	1,223	1,206	1,278	1,338	1,400	1,537	1,601	1,769	1,777
SUPERMERCADOS MUNDIAL / ABC SUPERMERCADOS	RJ	1,012	0,858	0,950	0,895	0,961	0,979	0,992	0,972	0,937	0,999	1,205
SUPERMERCADOS TULHA LTDA	SP	0,958	0,651	0,690	0,739							
ABASTECEDORA BRAS CEREALIS LTDA	RJ	0,950	0,887	0,941	0,875	0,967	1,004					
FREEMAY SUPERMERCADOS SA	RJ	0,859	0,723	0,628	0,544	0,458						
A ANGELONI & CIA LTDA	SC	0,815	0,855	0,960	1,023	1,018	1,098	1,040	1,125	1,230	1,315	1,317
SUPERMERCADOS CONDOR LTDA	PR	0,720	0,521	0,655	0,684	0,774	0,853	0,763	0,742	0,786	0,825	1,139
SUPERMERCADOS VITORIA LTDA	SC	0,707	0,700	0,720	0,753	0,869	1,041	0,951	1,047	0,864		
REDE STO ANTONIO DE SUPERM LTDA	SP	0,695	0,702	0,734								
TRES PODERES SA SUPERMERCADOS	RJ	0,691	0,648	0,797	0,811	0,692	0,670	0,576				
EPA SUPERMERCADOS / DMA DISTR	MG	0,689	0,814	0,898	0,688	0,686	0,782	0,791	0,732	0,791	1,011	1,564
DIAS PASTORINHO SA COM E IND	SP	0,686	0,581	0,717	0,571	0,525	0,468	0,418	0,386	0,333	0,318	0,308
SUPERMERCADOS NORDESTAO LTDA	RN	0,684	0,634	0,626	0,584	0,590	0,570	0,534	0,520	0,486	0,493	0,503
ORG N SRA DA ABADIA LTDA	MG	0,670	0,795	0,949	0,911		1,503	1,395				
CONTINENTE SUPERMERCADOS LTDA	RJ	0,637	0,731	0,859	1,183	1,045	0,997					
CINTRA & CIA LTDA	BA	0,628										
PEDRO MUFFATO E CIA LTDA	PR	0,577	0,539	0,478	0,790	0,824						
CASAS DO OLEO LTDA	AM	0,571		0,529	0,450	0,464	0,451	0,396				
SESI SERVICIO SOCIAL INDUSTRIA SC	SC	0,568	0,654		0,589	0,549						

CONTINUAÇÃO DA TABELA 1-B													
EMPRESA PERNAMBUCANA ALIMENTAÇÃO	PE												
SUPERMERCADOS JAU SERVE SA	SP												
VIABRASIL COM IND LTDA	MG												
LIDER SUPERMERCADOS	PA												
Y YAMADA S/A COM IND	PA												
SUPERMERCADOS GIMENES	SP												
CARVALHO E FERNANDES LT	PI												
IMPÉRIO DA BANHA LTDA	RJ												
SAVEGNAGO SUPERMERCADOS LTDA	SP												
BOA PRAÇA SUPERMERCADOS S/A	ES												
GIASSI & CIA LTDA	SC												
COML UNIDA DE CEREJAS LT	RS												
FORMOSA SUPERMERCADOS	PA												
CASA AVENIDA COM IMP LT	SP												
SUPERMERCADOS ALTO DA POSSE LTDA	RJ												
SUPERMERCADO SUPERPÃO	PR												
COOP DOS CAFEICULTORES	SP												
JAD ZOGTHEIB & CIA LTDA	SP												
SUPERMERCADOS GONÇALVES	RO												
UNISUPER S/A	ES												
SUPERMERCADOS IMPERATRIZ LTDA	SC												
COMERCIAL DELTA PONTO CERTO LTDA	SP												
SANTA CRUZ IMP COM AL	GO												
AM PM COMESTÍVEIS LTDA	RJ												
ARAUJO HIPERMERCADOS	MG												
COML OSWALDO CRUZ LT	SP												
COOP CONS COPERCICA	SP												
GOVABRA COMIL LTDA	SP												
ECON SUPERMERCADOS	RJ												
FUTURAMA SUPERMERCADO LTDA	SP												
IMPORTADORA E EXPORTADORA DE CEREJAS	RS												
SUPER CASAGRANDE													
SUPERMAIA SUPERMERC. LT	DF												

Fonte: Associação Brasileira de Supermercados

Nota: Tabela elaborada pelo autor com base no ranking anual das 300 empresas catalogadas anualmente pela consultoria A C Nielsen Associados e pela Associação Brasileira de Supermercados

TABELA 1-C: RELAÇÃO DAS 20 MAIORES EMPRESAS EM FATURAMENTO BRUTO ANUAL

EMPRESA	UF	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
CARREFOUR COME IND AS	SP	10.325.706.916.756	252.480.793	3.272.988.891	4.682.598.096	4.897.015.694	5.533.187.999	7.003.209.734	7.943.531.873	9.550.402.698	9.236.682.950	10.070.763.269	11.028.288.954
PAES MENDONÇA	SP	5.500.200.748.364	64.439.000	747.254.141	875.592.150	1.010.186.831	927.000.000	829.215.000	714.342.630	934.790.000	1.043.636.663		
CASAS SENDAS COME IND SA	RJ	3.020.178.893.204	71.906.994	900.429.340	1.323.997.538	1.545.741.498	1.705.109.951	1.912.801.201	2.377.850.311	2.478.972.569	2.622.103.758	2.528.807.000	2.275.383.718
BOMPREÇO SA SUPERMERCADOS DO NE	PE	2.758.348.694.557	58.368.218	854.505.405	1.176.411.000	1.247.060.431	2.009.912.065	2.410.198.000	2.642.320.717	3.042.970.646	3.222.578.737	3.342.922.574	3.442.710.962
CIA ZAFFARI DE SUPERMERCADOS	RS	1.393.043.057.391	30.739.408	341.815.313	483.810.203	587.913.640	636.123.626	696.248.480	696.657.379	754.572.504	838.619.776	1.040.111.505	1.182.206.802
ELORADO SA COMIND IMP	SP	1.370.882.521.000	33.555.842	416.803.173	515.740.214	499.060.651	454.732.287						
CIA REAL DISTRIBUICAO / SONAE DISTRIB. BR S/A	RS	1.307.673.163.000	31.813.194	401.245.866	495.282.639	560.965.000	630.791.000	1.541.286.366	2.854.549.636	3.008.256.489	3.411.418.775	3.341.908.090	3.732.240.000
NACIONAL CENTRAL DIST ALIMLTD A	RS	1.291.342.580.931	31.283.022	388.230.995	587.432.060	695.497.017	737.779.700	869.878.393					
SESI SERVICIO SOCIAL INDUSTRIA SP	SP	1.263.938.306.221	20.700.685										
REDE BARATEIRO SUPERMERCADOS	SP	1.162.760.754.454	24.886.930	316.087.906	415.572.205	494.080.571	573.519.751						
COOP GRUPO RODHIA	SP	1.110.611.982.926	23.363.480	243.965.898	351.201.944	416.968.829	467.344.778	486.681.381	480.000.210	543.092.061	639.480.422	753.383.730	940.161.517
COML GENTIL MOREIRA S/A	SP	1.073.436.794.000	21.012.605	295.905.156	351.847.434	364.165.963	315.514.395						
JERÔNIMO MARTINS&E SUPERMERCADOS	BA	925.199.543.676	21.184.913	283.727.838	402.680.650	498.800.130	527.171.822	682.522.262					
COA - CIA DOSUL DE ABASTECIMENTO	RS	882.000.000.000	17.269.000	168.093.345									
PERALTA COM. IMP LTDA	SP	773.061.656.678	20.895.924	174.266.695	246.239.067	324.294.142	315.342.588	326.000.576					
DEMETERCO & CIA LTDA	PR	772.327.588.929	17.152.182	242.453.526	370.421.001	460.446.188	500.631.088						
RAINHA SUPERMERCADOS LTDA	RJ	704.460.927.839	13.747.197	184.759.925				274.956.168					
G BARBOSA & CIA LTDA	SE	559.538.418.210	13.551.188	191.070.919	257.772.072	305.228.834	345.635.548	427.250.828	518.623.115	629.004.068	730.670.620	807.665.704	923.612.000
SUPERMERCADOS MUNDIAL LTDA	RJ	528.941.910.618						302.777.910	328.092.312	368.228.057	412.595.373	547.627.566	
UNIMAR SUPERMERCADOS S.A	BA		41.521.470	483.264.994	621.987.183	656.880.727							
CANDIA MERCANTIL NORTE SUL LTDA	SP			204.992.023	286.943.892	313.695.400	310.647.009						
CONTINENTE SUPERMERCADOS LTDA	RJ				252.874.556	249.600.000							
A ANGELONI & CIA LTDA	SC				150.000.000	265.702.708	283.541.588	317.574.324	379.724.033	483.359.009	542.869.554	598.046.881	739.438.939
SONDA SUPERMERCADOS EXP E IMP LT	SP						388.160.000	425.846.446	328.964.220	354.241.024	429.626.401	483.156.271	608.288.923
ORG N SRA DA ABADIA LTDA	MG						269.812.881		281.038.798	269.572.966	224.469.897	317.687.000	485.897.000
EMPR BAIANA DE ALIM. S A EB	BA							309.687.963					
SUPERMERCADOS RONCETTI/UNIBRAS	ES							290.217.383	353.412.000	260.996.890			
SUPERMERCADOS VITORIA LTDA	SC							288.970.637	340.809.842	470.968.510	601.373.942	662.801.669	811.210.627
IRMÃOS BRETTAS & FILHOS LTDA	MG							783.257.547	955.726.126	1.211.323.245	1.482.898.841	1.704.590.774	1.940.103.602
WAL-MART BRASIL									306.135.602	381.639.323	431.364.675	521.165.470	600.728.329
LIDER SUPERMERCADOS	PA								250.407.866	308.876.621	340.713.060	471.988.248	571.661.743
SUPERMERCADOS CONDOR LTDA	PR								247.019.964	310.900.525	417.502.000	488.811.448	785.335.129
EPA SUPERMERCADOS ASI/DMA DISTRIB. LT	MG								215.000.000		285.134.508	388.112.628	360.287.228
DAVO SUPERMERCADOS LTDA	SP										270.626.023	356.794.151	575.371.406
Y YAMADA S/A COMIND	PA											506.155.673	
IRMÃOS MUFATO CIA LTDA	PR												
SAVEGNAO SUPERMERCADOS LTDA	SP												
SOMA DAS 20 MAIORES		36.683.455.428.656	809.881.039	10.118.741.139	13.861.414.112	15.393.332.246	16.931.998.121	20.068.520.629	22.226.207.036	25.615.064.072	27.184.346.577	28.940.709.541	31.970.250.121

Fonte: Associação Brasileira de Supermercados

Nota: Tabela elaborada pelo autor com base no ranking anual das 300 empresas catalogadas anualmente pela consultoria A.C Nielsen Associados e pela Associação Brasileira de Supermercados

TABELA 1-D: PARTICIPAÇÃO PERCENTUAL DAS 20 MAIORES EMPRESAS EM RELAÇÃO AO SEU FATURAMENTO BRUTO TOTAL

EMPRESA	UF	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
CARREFOUR COM E IND AS	SP	24,277	25,971	26,446	27,495	25,870	26,899	27,422	26,490	27,182	24,936	24,799	24,639
CIA BRASILEIRA DE DISTRIBUICAO	SP	13,752	16,692	18,239	18,609	18,679	17,688	21,420	25,880	27,096	26,612	28,734	28,572
PAES MENDONÇA	SP	12,932	6,629	6,038	5,141	5,337	4,506	3,247	2,382	2,661	2,817	0,000	0,000
CASAS SENDAS COM E IND SA	RJ	7,101	7,397	7,276	7,774	8,166	8,289	7,490	7,930	7,055	7,079	6,222	5,079
BOMPREÇO SA SUPERMERCADOS DO NE	PE	6,485	6,004	6,905	6,908	6,598	9,771	9,437	8,812	8,660	8,700	8,231	7,892
CIA ZAFFARI DE SUPERMERCADOS	RS	3,275	3,162	2,762	2,900	3,106	3,092	2,570	2,323	2,148	2,264	2,561	2,641
ELDORADO SA COM IND IMP	SP	3,223	3,452	3,360	3,028	2,637	2,211	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
CIA REAL DISTRIBUICAO / SONAE DISTRIB. BR S/A	RS	3,075	3,272	3,242	2,908	2,964	3,067	6,035	9,519	8,562	9,210	8,229	8,339
NACIONAL CENTRAL DIST ALIM LTDA	RS	3,036	3,218	3,121	3,449	3,674	3,587	3,524	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
SESI SERVICIO SOCIAL INDUSTRIA SP	SP	2,948	2,129	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
REDE BARATEIRO SUPERMERCADOS	SP	2,710	2,560	2,554	2,440	2,610	2,768	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
COOP GRUPO RODHIA	SP	2,611	2,405	1,971	2,062	2,203	2,272	1,906	1,634	1,546	1,726	1,855	2,101
COMIL GENTIL MOREIRA S/A	SP	2,524	2,161	2,390	2,066	1,924	1,534	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
JERÔNIMO MARTINS/SE SUPERMERCADOS	BA	2,175	2,179	2,293	2,364	2,635	2,563	2,281	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
CDA - CIA DOSUL DE ABASTECIMENTO	RS	2,027	1,776	1,358	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
PERALTA COMIL IMP LTDA	SP	1,818	2,148	1,408	1,463	1,713	1,533	1,276	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
DEMETERCO & CIA LTDA	PR	1,816	1,764	1,959	2,175	2,432	2,434	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
RAINHA SUPERMERCADOS LTDA	RJ	1,656	1,414	1,493	0,000	0,000	0,000	1,077	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
G BARBOSA & CIA LTDA	SE	1,316	1,394	1,544	1,514	1,612	1,680	1,673	1,730	1,790	1,973	1,989	2,064
SUPERMERCADOS MUNDIAL LTDA	RJ	1,244	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	1,186	1,094	1,048	1,114	1,349	0,000
UNIMAR SUPERMERCADOS S.A	BA		4,271	3,986	3,652	3,470	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
CANDIA MERCANTIL NORTE SUL LTDA	SP			1,656	1,685	1,657	1,510	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
CONTINENTE SUPERMERCADOS LTDA	RJ				1,485	1,319	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
A ANGELONI & CIA LTDA	SC				0,881	0,000	1,378	1,243	1,266	1,376	1,466	1,474	1,652
SONDA SUPERMERCADOS EXP E IMP LT	SP					1,404	0,000	0,000	1,097	1,008	1,160	1,214	1,359
ORG N SRA DA ABADIA LTDA	MG						1,887	1,667	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
EMPR BAIANA DE ALIM. S A EB	BA						1,312	0,000	0,837	0,767	0,606	0,782	1,086
SUPERMERCADOS RONCETTI/UNIBRAS	ES							1,213	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
SUPERMERCADOS VITORIA LTDA	SC							1,136	1,179	0,743	0,000	0,000	0,000
IRMÃOS BRETTAS & FILHOS LTDA	MG							1,131	1,137	1,340	1,623	1,632	1,812
WAL-MART BRASIL								3,067	3,187	3,448	4,003	4,198	4,335
LIDER SUPERMERCADOS	PA								1,028	1,086	1,165	1,283	1,342
SUPERMERCADOS CONDOR LTDA	PR								0,835	0,879	0,920	1,162	1,277
EPA SUPERMERCADOS AS/ DMA DISTRIB. LT	MG								0,824	0,885	1,127	1,204	1,755
DAVO SUPERMERCADOS LTDA	SP									0,000	0,770	0,956	0,850
Y YAMADA S/A COM IND	PA									0,720	0,731	0,879	1,285
IRMÃOS MUFATO CIA LTDA	PR											1,246	1,404
SAVEGNAGO SUPERMERCADOS LTDA	SP												0,717

Fonte: Associação Brasileira de Supermercados

Nota: Tabela elaborada pelo autor com base no ranking anual das 300 empresas catalogadas anualmente pela consultoria A C Nielsen Associados e pela Associação Brasileira de Supermercados

TABELA 1-E: RELAÇÃO DAS 10 MAIORES EMPRESAS EM FATURAMENTO BRUTO ANUAL

EMPRESA	UF	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
CARREFOUR COME IND AS	SP	10.325.706.916.758	252.480.793	3.272.968.891	4.682.598.096	4.897.013.694	5.533.187.959	7.003.209.734	7.943.531.873	9.550.402.598	9.236.682.550	10.070.763.268	11.028.288.954
CIA BRASILEIRA DE DISTRIBUICAO	SP	5.849.045.296.606	162.269.470	2.257.290.578	3.169.314.492	3.535.662.140	3.638.384.269	5.470.301.723	7.760.588.000	9.520.321.760	9.857.529.194	11.668.664.073	12.786.363.000
PAES MENDONÇA	SP	5.500.200.748.364	64.439.000	747.254.141	875.992.150	1.010.186.831	927.000.000	829.215.000	714.342.630	934.790.000	1.043.636.663		
CASAS SENDAS COME IND SA	RJ	3.020.178.883.204	71.906.984	900.429.340	1.323.997.536	1.545.741.490	1.705.109.951	1.912.801.201	2.377.890.311	2.478.972.569	2.622.103.758	2.526.807.000	2.273.353.718
BOMPREÇO SA SUPERMERCADOS DO NE	PE	2.758.346.684.557	58.368.216	854.505.405	1.176.411.000	1.247.060.431	2.009.912.065	2.410.158.000	2.642.320.717	3.042.870.646	3.222.578.737	3.342.522.574	3.442.710.862
CIA ZAFFARI DE SUPERMERCADOS	RS	1.393.043.057.391	30.738.408	341.815.313	493.810.203	587.913.640	636.123.626	656.248.490	696.657.379	754.572.504	838.619.778	1.040.111.505	1.182.206.802
ELDORADO SA COMIND IMP	SP	1.370.682.521.000	33.555.842	415.803.173	515.740.214	499.090.651							
CIA REAL DE DISTRIBUICAO / SONAE DISTRIB BR SA	RS	1.307.673.163.000	31.813.194	401.245.866	495.282.839	560.965.000	630.791.000	1.541.286.366	2.854.549.836	3.008.256.489	3.411.418.775	3.341.908.090	3.732.240.000
NACIONAL CENTRAL DIST ALIM LTDA	RS	1.291.342.590.931	31.283.022	386.230.995	587.432.060	695.497.017	737.778.790	899.878.393					
SESI SERVICO SOCIAL INDUSTRIA SP	SP	1.253.938.306.221											
UNIMAR SUPERMERCADOS SA	BA		41.521.470	493.264.994	621.997.193	656.880.727	573.519.751						
REDE BARATEIRO SUPERMERCADOS	SP												
JERÔNIMO MARTINSSE SUPERMERCADOS	BA						527.171.822	582.522.282	955.736.128	1.211.323.245	1.482.898.841	1.704.590.774	1.940.103.602
WAL-MART BRASIL	BA							783.357.547	518.623.115	629.004.066	730.670.520	807.665.704	923.612.000
G BARBOSA & CIA LTDA	SE								490.000.210	543.092.061	639.460.422	753.383.700	940.161.517
COOP GRUPO RODHIA	SP												
IRMÃOS BRETTAS & FILHOS LTDA	MG											682.801.669	811.210.827
SOMA 10 MAIORES		34.070.161.188.032	778.376.401	10.070.808.796	13.942.175.783	15.236.011.621	16.918.980.233	22.088.878.736	28.464.189.989	31.130.613.877	33.085.599.338	35.919.218.388	39.062.250.782

Fonte: Associação Brasileira de Supermercados

Nota: Tabela elaborada pelo autor com base no ranking anual das 300 empresas catalogadas anualmente pela consultoria A C Nielsen Associados e pela Associação Brasileira de Supermercados

TABELA 1-F: PARTICIPAÇÃO PERCENTUAL DAS 10 MAIORES EMPRESAS EM RELAÇÃO AO SEU FATURAMENTO BRUTO ANUAL

EMPRESA /ANO	UF	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
CARREFOUR COM E IND AS	SP	30,307	32,437	32,500	33,586	32,141	32,704	31,705	30,016	30,679	27,918	28,037	28,233
CIA BRASILEIRA DE DISTRIBUICAO	SP	17,168	20,847	22,414	22,732	23,206	21,505	24,765	29,325	30,582	29,794	32,486	32,738
PAES MENDONÇA	SP	16,144	8,279	7,420	6,280	6,630	5,479	3,754	2,699	3,003	3,154		
CASAS SENDAS COM E IND SA	RJ	8,865	9,238	8,941	9,496	10,145	10,078	8,660	8,985	7,963	7,925	7,035	5,820
BOMPREGO SA SUPERMERCADOS DO NE	PE	8,096	7,499	8,485	8,438	8,185	11,880	10,911	9,985	9,775	9,740	9,306	8,813
CIA ZAFFARI DE SUPERMERCADOS	RS	4,089	3,949	3,394	3,542	3,859	3,760	2,971	2,632	2,424	2,535	2,896	3,026
ELDORADO SA COM IND IMP	SP	4,023	4,311	4,129	3,699	3,276							
CIA REAL DISTRIBUICAO / SONAE DISTRIB. BR	RS	3,838	4,087	3,984	3,552	3,682	3,728	6,978	10,786	9,663	10,311	9,304	9,555
NACIONAL CENTRAL DIST ALIM LTDA	RS	3,790	4,019	3,835	4,213	4,565	4,361	4,074					
SESI SERVICO SOCIAL INDUSTRIA SP	SP	3,680											
UNIMAR SUPERMERCADOS S A	BA		5,334	4,898	4,461	4,311							
REDE BARATEIRO SUPERMERCADOS	SP						3,390						
JERÔNIMO MARTINS/SE SUPERMERCADOS	BA						3,116	2,637					
WAL-MART BRASIL								3,546	3,611	3,891	4,482	4,746	4,967
G BARBOSA & CIA LTDA	SE								1,960	2,021	2,208	2,249	2,364
COOP GRUPO RODHIA	SP								1,852	1,745	1,933	2,097	2,407
IRMÃOS BRETTAS & FILHOS LTDA	MG											1,845	2,077

Fonte: Associação Brasileira de Supermercados

Nota: Tabela elaborada pelo autor com base no ranking anual das 300 empresas catalogadas anualmente pela consultoria A C Nielsen Associados e pela Associação Brasileira de Supermercados

TABELA 2: CLASSIFICAÇÃO DAS 50 MAIORES EMPRESAS DE ACORDO COM SEU ÍNDICE DE RECEITA AUFERIDA

EMPRESA / ANO	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
UF	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
CARREFOUR COM E IND SA	SP	1	2	1	1	1	1	1	2	2	2	2
CIA BRASILEIRA DE DISTRIBUICAO	SP	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1
PAES MENDONÇA / JERONIMO MARTINS/ SE SUPERM.	BA	3	4	5	5	5	7	7	7	7		
CASAS SENDAS COM E IND SA	RJ	4	3	3	3	4	4	5	5	5	5	5
BOMPREÇO SA SUPERMERCADOS DO NE	PE	5	5	4	4	3	3	4	3	4	3	4
CIA ZAFFARI DE SUPERMERCADOS	RS	6	10	10	10	8	9	8	8	8	7	7
ELDORADO SA COM IND IMP	SP	7	7	7	8	10	14					
CIA REAL DE DISTRIBUICAO/ SONAE DISTR. BR S/A	RS	8	8	8	9	9	5	3	4	3	4	3
NACIONAL CENTRAL DIST ALIM LTDA	RS	9	9	9	7	6	6					
SESI SERVICIO SOCIAL INDUSTRIA SP	SP	10	16									
REDE DABATEIRO DE SUPERMERCADOS	SP	11	11	11	11	12	10					
COOP CONS EMP GRUPO RODHIA	SP	12	12	14	15	14	13	11	10	10	9	8
COMIL GENTIL MOREIRA SA	SP	13	14	12	14	15	17	22				
SE SA COM E IMP	SP	14	13	13	12	11	11	10				
CDA - CIA DOSUL DE ABASTECIMENTO	RS	15	17	20	48							
PERALTA COML IMP LTDA	SP	16	15	19	19	16	18	14				
DEMETERCO & CIA LTDA	PR	17	18	15	13	13	12					
RAINHA SUPERMERCADOS LTDA	RJ	18	19	18	22	22	27	20				
G BARBOSA & CIA LTDA	SE	19	20	17	17	18	16	12	9	9	8	9
SUPERMERCADOS MUNDIAL LTDA / ABC SUPERMERCADOS	RJ	20	24	23	24	24	26			16	12	
COMIL OSWALDO CRUZ LTDA	SP									53	50	
SUPERMERCADOS TULHA LTDA	SP	21	33	30	30				14			
ABASTECEDORA BRAS GEREIS LTDA	RJ	22	23	25	25	23	24	17				
FREWAY SUPERMERCADOS SA	RJ	23	29	34	44	48						
A ANGELONI & CIA LTDA	SC	24	25	22	20	21	20	15	11	12	11	12
SUPERMERCADOS CONDOM LTDA	PR	25	43	31	34	31	30	24	18	17	17	17
SUPERMERCADOS VITORIA LTDA	SC	26	31	29	29	27	22	18	12	19		
REDE STO ANTONIO DE SUPERM LTDA	SP	27	30	28								
TRES PODERES SA SUPERMERCADOS	RJ	28	34	27	26	33	34	28				
EPA SUPERMERCADOS ASI/DMA DISTRIB LT	MG	29	26	42	33	34	33	23	19	16	15	11
DIAS PASTORINHO SA COM E IND	SP	30	37	43	42	44	49	45	32	34	38	37
SUPERMERCADOS NORDESTAO LTDA	RN	31	36	35	40	36	41	33	23	24	25	25
ORG N SRA DA ABADIA LTDA	MG	32	27	24	23		15	13				
CONTINENTE SUPERMERCADOS LTDA	RJ	33	28	26	18	20	25					
CINTRA & CIA LTDA	BA	34	76									
PEDRO MUFFATO E CIA LTDA	PR	35	41	50	28	30						
CASAS DO OLEO LTDA	AM	36	51	49	49	47	50	48				
SESI SERVICIO SOCIAL INDUSTRIA SC	SC	37	32		39	41						
CASAS GUANABARA COMESTIVEIS LTDA	RJ	38	48									
J MELO IMP E EXP LTDA	CE	39	53	57	47	46	42	33				
FECOB FED COOP BANCO BRASIL LTDA	SP	40	45									
MERCADINHO NOVA VIDA LTDA	PE	41	44									
SENIFF PARATI SA	PR	42	48		57	45	45	36				
SUPERMERCADOS LUSITANA LTDA	MA	43	42	39	36	36	37	29	36	37		
SONDA SUPERMERCADOS EXP E IMP LT	SP	44	22	21	19	23	21	14	15	14	15	14
IRMAOS MUFFATO CIA LTDA	PR	45	47	38	46						16	13
SUPERMERCADOS RONCETTI ASI/UNIBRAS ALIMENTOS	ES	46	38	36	32		39	16				
COOP CONS EMP VOLKSWAGEN BRASIL	SP	47	50									
SUPERMERCADOS BATAGIN LTDA	SP	48	35	40	58	29	29	26				
COOP AGRIC DE COTIA	SP	49										
COM CEREAIS ARROZ ENXUTO LTDA	SP	50	56				47	58	30	33	35	36

TABELA 2 A: CLASSIFICAÇÃO DAS 20 MAIORES EMPRESAS DE ACORDO COM SEU ÍNDICE DE RECEITA AUFERIDA

EMPRESA / ANO	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
CARREFOUR COM E IND SA	SP	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2
CIA BRASILEIRA DE DISTRIBUICAO	SP	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1
PAES MENDONÇA / JERONIMO MARTINS/ SE SUPERM.	BA	3	4	5	5	5	5	7	7	7	7	
CASAS SENDAS COM E IND SA	RJ	4	3	3	3	3	4	4	5	5	5	5
BOMPREÇO SA SUPERMERCADOS DO NE	PE	5	5	4	4	4	3	3	4	3	4	3
CIA ZAFFARI DE SUPERMERCADOS	RS	6	10	10	10	8	8	9	8	8	7	7
ELDORADO SA COM IND IMP	SP	7	7	7	8	10	14					
CIA REAL DE DISTRIBUICAO/ SONAE DISTR. BR S/A	RS	8	8	8	9	9	9	5	3	4	3	4
NACIONAL CENTRAL DIST ALIM LTDA	RS	9	9	9	7	6	6	6				
SESI SERVICIO SOCIAL INDUSTRIA SP	SP	10	16									
REDE BARATEIRO DE SUPERMERCADOS	SP	11	11	11	11	12	10					
COOP CONS EMP GRUPO RODHIA	SP	12	12	14	15	14	13	11	10	10	9	8
COML GENTIL MOREIRA SA	SP	13	14	12	14	15	17	22				
SE SA COM E IMP	SP	14	13	13	12	11	11	10				
CDA - CIA DOSUL DE ABASTECIMENTO	RS	15	17	20	48							
PERALTA COML IMP LTDA	SP	16	15	19	19	16	18	14				
DEMETERCO & CIA LTDA	PR	17	18	15	13	13	12					
RAINHA SUPERMERCADOS LTDA	RJ	18	19	18	22	22	27	20				
G BARBOSA & CIA LTDA	SE	19	20	17	17	18	16	12	9	9	8	9
SUPERMERCADOS MUNDIAL / ABC SUPERMERCADOS	RJ	20	24	23	24	24	26	17	15	14	16	12
UNIMAR SUPERMERCADOS S.A	BA		6	6	6	7						
CANDIA MERCANTIL NORTE SUL LTDA	SP	65	21	16	16	17	19					
CONTINENTE SUPERMERCADOS LTDA	RJ	33	28	26	18	20	25					
A ANGELONI & CIA LTDA	SC	24	25	22	20	21	20	15	11	11	12	12
SONDA SUPERMERCADOS EXP E IMP LT	SP	44	22	21	21	19	23	21	14	15	14	14
ORG N SRA DA ABADIA LTDA	MG	32	27	24	23		15	13				
EMPR BAIANA DE ALIM. S A EB	BA					26	21	25	17	18	21	20
SUPERMERCADOS RONCETTI AS/ UNIBRAS ALIMENTOS	ES	46	38	36	32		39	16				
SUPERMERCADOS VITORIA LTDA	SC	26	31	29	29	27	22	18	12	19		
IRMAOS BRETAS & FILHOS LTDA	MG	74	46	41	38	32	31	19	13	12	11	10
WAL-MART BRASIL	SP							8	6	6	6	6
LIDER SUPERMERCADOS	PA											
SUPERMERCADOS CONDOR LTDA	PR	25	43	31	34	31	30	24	18	17	17	17
EPA SUPERMERCADOS AS/ DMA DISTRIB. LT	MG	29	26	42	33	34	33	23	19	16	15	11
D'AVO SUPERMERCADOS LTDA	SP	51	49	44	41	40	36	27	20	22	18	19
Y YAMADA S/A COM IND	PA						53	22	20	19	19	16
IRMAOS MUFATO CIA LTDA	PR	45	47	38	46						14	13
SAVEGNAGO SUPERMERCADOS LTDA	SP						80	57	38	30	25	22

Fonte: Associação Brasileira de Supermercados das
300 empresas catalogadas anualmente pela consultoria A C Nielsen

EMPRESA / ANO		1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
CARREFOUR COM E IND SA	SP	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2
	SP	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1
CIA BRASILEIRA DE DISTRIBUICAO	BA	3	4	5	5	5	5	7	7	7	7		
	RJ	4	3	3	3	3	4	4	5	5	5	5	5
CASAS SENDAS COM E IND SA	PE	5	5	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4
	RS	6	10	10	10	8	8	9	8	8	8	7	7
CIA ZAFFARI DE SUPERMERCADOS	SP	7	7	7	8	10	14						
	RS	8	8	8	9	9	9	5	3	4	3	4	3
NACIONAL CENTRAL DIST ALIM LTDA	RS	9	9	9	7	6	6	6					
	SP	10	16										
SESI SERVICIO SOCIAL INDUSTRIA SP	BA		6	6	6	7							
	SP	11	11	11	11	12	10						
REDE BARATEIRO DE SUPERMERCADOS	SP	14	13	13	12	11	11	10					
	SP							8	6	6	6	6	6
WAL-MART BRASIL	SE	19	20	17	17	18	16	12	9	9	9	8	9
	SP	12	12	14	15	14	13	11	10	10	10	9	8
COOP CONS EMP GRUPO RODHIA	MG	74	46	41	38	32	31	19	13	12	11	10	10

Fonte: Associação Brasileira de Supermercados

Nota: Tabela elaborada pelo autor com base no ranking anual das 300 empresas catalogadas anualmente pela consultoria A C Nielsen Associados e pela Associação Brasileira de Supermercados

TABELA 3: NÚMERO ANUAL DE FUNCIONÁRIOS DOS 50 MAIORES SUPERMERCADOS EM FATURAMENTO

EMPRESAS /ANO	UF	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
CARREFOUR COM E IND SA	SP	14.115	18.061	22.658	21.780	23976	20379	28195	37004	44571	45424	n.d.	45899
CIA BRASILEIRA DE DISTRIBUICAO	SP	17.000	19.329	20.142	20.429	20737	19653	28398	34624	50106	52060	n.d.	55557
PAES MENDONCA SA	BA	20.302	9.625	7.047	6052	6190	5840	4393				n.d.	
CASAS SENDAS COM E IND SA	RJ	12.755	12.513	12.012	11417	11849	11439	12257	14782	13601	14417	n.d.	12057
BOMPREGO SA SUPERMERCADOS	PE	10.408	10.911	8.616	8775	8576	14837	15016	17980	19613	19344	n.d.	16342
CIA ZAFARI DUPERMERCADOS	RS	5.314	5.881	5.569	5729	5894	5511	6550	6488	6.185	6850	n.d.	7552
ELDORADO SA COM IND IMP	SP	4.135	3.619	3.657	3660	2577	1951					n.d.	
CIA REAL DE DISTRIBUICAO/SONAE DISTR	RS	4.281	4.876	4.786	4354	3889	4222	10630	19527	20396	21028	n.d.	20923
NACIONAL CENTRAL DIST ALIM LTDA	RS	6.221	6.906	6.221	7513	6741	6025	7367				n.d.	
SESI SERVICIO SOCIAL INDUSTRIA SP	SP	2.017	2.133									n.d.	
REDE BARATEIRO DE SUPERMERCADOS	SP	4.735	5.216	4.045	4480	4961	5106					n.d.	
COOP CONS EMP GRUPO RODHIA	SP	3.092	2.959	2.845	2700	2847	2782	2705	2619	3019	3188	n.d.	3837
COML GENTIL MOREIRA SA	SP	3.874	3.856	3.865	3199	2672	2077	2096		6185		n.d.	
SE SA COM E IMP	SP	3.257	3.349	3.495	3963	4033	3924	3582	5000	6091	6984	n.d.	
CDA - CIA DOSUL DE ABASTECIMENTO	RS	3.880	3.820	2.800	950							n.d.	
PERALTA COML IMP LTDA	SP	4.505	4.000	3.377	3022	3072	3800	3200				n.d.	
DEMETERCO & CIA LTDA	PR	3.060	2.518	3.522	3868	4050	4000					n.d.	
RAINHA SUPERMERCADOS LTDA	RJ	2.835	2.763	2.541	2496	2486	2692	3205				n.d.	
G BARBOSA & CIA LTDA	SE	3.327	3.372	3.116	3159	3315	3856	4624	5029	6050	5764	n.d.	5649
SUPERMERCADOS MUNDIAL LTDA	RJ	2.190	2.247	2.350	2323	2227	2330				2812	n.d.	
SUPERMERCADOS TULHA LTDA	SP	1.350	1.383	1.712	1497							n.d.	
ABASTECEDORA BRAS CEREAIS LTDA	RJ	2.426	2.506	2.639	2230	2524	2518	3369	2779	3566		n.d.	
FREEWAY SUPERMERCADOS SA	RJ	1.200	1.148	1.028	851	745						n.d.	
A ANGELONI & CIA LTDA	SC	2.000	2.030	2.230	2307	2469	2567	2514	3032	4021	4468	n.d.	4695
SUPERMERCADOS CONDOR LTDA	PR	1.523	1.503	1.688	1772	1990	2116	1956	2100	2729	2715	n.d.	3200
SUPERMERCADOS VITORIA LTDA	SC	1.897	1.769	1.775	2098	2358	3351	3486	3481	3575		n.d.	
REDE STO ANTONIO DE SUPERM LTDA	SP	1.398	1.352	1.526								n.d.	
TRES PODERES SA SUPERMERCADOS	RJ	1.869	1.982	1.980	2098	2077	2077	1935				n.d.	
EPA SUPERMERCADOS AS/ DIMA	MG	1.312	1.395	1.420	1778	1654	1511	2365	2575	2670	3370	n.d.	
DIAS PASTORINHO SA COM E IND	SP	1.845	1.690		1498	1371	1363	1296	1292	1276	1086	n.d.	1308
SUPERMERCADOS NORDESTAO LTDA	RN	1.320	1.478	1.540	1283	1162	1100	1100	1100	1100	1030	n.d.	1195
ORG N SRA DA ABADIA LTDA	MG	1.106	1.814	1.814	2200		3459	3787				n.d.	
CONTINENTE SUPERMERCADOS LTDA	RJ	1.600	1.799	2.190	3000	2500	3100					n.d.	
CINTRA & CIA LTDA	BA	789	1106									n.d.	
PEDRO MUFFATO E CIA LTDA	PR	894	987	980	994	1053						n.d.	

CONTINUAÇÃO DA TABELA 3

CASAS DO OLEO LTDA	AM	1.287	1.294	1.151	1004	1000	820	810				n.d.
SESI SERVIÇO SOCIAL INDUSTRIA SC	SC	1.089	1.237		1106	838						n.d.
CASAS GUANABARA COMESTIVEIS LTDA	RJ	1.948	1.777									n.d.
J MELO IMP E EXP LTDA	CE	1.033	1.598	961	1037	1223	1460	1112	1211			n.d.
FECOB FED COOP BANCO BRASIL LTDA	SP	1.221	1.879									n.d.
MERCADINHO NOVA VIDA LTDA	PE	1.656	1.093	22								n.d.
SENIFF PARATI SA	PR	1.798	1.777	1540	1430	1308	1421	1110	1031			n.d.
SUPERMERCADOS LUSITANA LTDA	MA	1.552	1.598	1593	1701	1360	1282	1500	1101	989	976	n.d.
SONDA SUPERMERCADOS EXP E IMP LT	SP	861	1.879	1.977	2059	2251	1610	1518	2018	1932	2335	2674
IRMAOS MUFFATO & CIA LTDA	PR	920	1093	1.912	1012							3673
SUPERMERCADOS RONCETTI AS/UNIBRAS	ES	1.075	1165	1.236	1512		1302	2659				n.d.
COOP CONS EMP VOLKSWAGEN BRASIL	SP	670	641							841		n.d.
SUPERMERCADOS BATAGIN LTDA	SP	570	1.038	900	760	1359	1591	1269				n.d.
COOP AGRIC DE COTIA	SP	588	1.116									n.d.
COM CEREAIS ARROZ ENXUTO LTDA	SP	511	646	597	583	642	758	734	837	890	792	n.d.
UNIMAR SUPERMERCADOS S.A	BA		7.207	6236	5129	6397						n.d.
CANDIA MERCANTIL NORTE SUL LTDA	SP	409	1091	1.133	1064	1030	1620					n.d.
MILLO'S COML CARAJÁS LTDA	SP	842	814	720	1040	1046	986					n.d.
SUPERMERCADOS ZONA SUL S/A	RJ	1371	1116	1.100								n.d.
D'AVO SUPERMERCADOS LTDA	SP	489	449	616	598	733	985	1195	1505	1792	1991	1562
SUPERMERCADOS REAL DE EDEN LTDA	RJ	1.800	1180	1.094								n.d.
COMERCIAL PEREIRA DE ALIMENT	MS	520	660	700								n.d.
COFESA COML FERREIRA SANTOS	SP	542	551	760	500	711	760	659	839	841	1073	n.d.
SUPERMERCADOS SERRA E MAR	RJ		1063	1.139	2098	1881	1806	1098				n.d.
SUPERMERCADOS PLANALTO	DF	665	644	1250	1015	1347	1267	1230				n.d.
IRMAOS BRETAS & FILHOS LTDA	MG	755	1200	1820	1820	2325	2370	2554	3215	4018	4209	5942
DALLA'S SUPERMERCADOS	RJ	981	981	1.327	1700		2142	2400				n.d.
PETIPREÇO SUPERMERCADOS	BA	574	727	1187	1247	1237	1284	1378				n.d.
SUPERMRCADOS COLETÃO LT	PR	605	712	1160	1262	1224	1665	1506				n.d.
IRMÃOS RUSSI LTDA	SP	906	829	983	714	943	1083	921	1321	1468		n.d.
EMPRESA BAIANA DE ALIMENTOS	BA					3393	4971	4608	4476	4645	4358	4065
SUPERETE QUEIROZ LTDA	RN	338	379	319	450	604						n.d.
MERCADINHO NAGUMO LTDA	SP	400	620	620	803	780	824	982				n.d.
SUPERMERCADOS IRMÃOS LOPES	SP	674	900	942	814	956	965	1005	1221	1451	1260	1226
SUPERMERCADOS BAHAMAS	MG	495	585	992	931	1060	1160	1490	1375	1603	1404	1669

TABELA 3 A: NÚMERO ANUAL DE FUNCIONÁRIOS DOS 10 MAIORES SUPERMERCADOS EM FATURAMENTO

EMPRESA	UF	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
CARREFOUR COM E IND AS	SP	14.115	18.061	22.658	21.780	23976	20379	28195	37004	44571	45424	n.d	45899
CIA BRASILEIRA DE DISTRIBUICAO	SP	17.000	19.329	20.142	20.429	20737	19653	28398	34624	50106	52060	n.d	55557
PAES MENDONÇA	SP	20.302	9.625	7.047	6052	6190	5840	4393				n.d	
CASAS SENDAS COM E IND SA	RJ	12.755	12.513	12.012	11417	11849	11439	12257	14782	13601	14417	n.d	12057
BOMPREGO SA SUPERMERCADOS DO NE	PE	10.408	10.911	8.616	8775	8576	14837	15016	17980	19613	19344	n.d	16342
CIA ZAFFARI DE SUPERMERCADOS	RS	5.314	5.681	5.569	5729	5894	5511	6550	6488	6.185	6850	n.d	7552
ELDORADO SA COM IND IMP	SP	4.135	3.619	3.657	3660	2577	1951					n.d	
CIA REAL DE DISTRIBUICAO / SONAE DISTRIB. BR S/A	RS	4.281	4.876	4.786	4354	3889	4222	10630	19527	20396	21028	n.d	20923
NACIONAL CENTRAL DIST ALIM LTDA	RS	6.221	6.906	6.221	7513	6741	6025	7367				n.d	
REDE BARATEIRO SUPERMERCADOS	SP	4.735	5.216	4.045	4480	4961	5106					n.d	
COOP GRUPO RODHIA	SP	3.092	2.959	2.845	2700	2847	2782	2705	2619	3019	3188	n.d	3837
JERÔNIMO MARTINS/SÉ SUPERMERCADOS	BA	3.257	3.349	3.495	3963	4033	3924	3582	5000	6091	6984	n.d	
G BARBOSA & CIA LTDA	SE	3.327	3.372	3.116	3159	3315	3856	4624	5029	6050	5764	n.d	5649
UNIMAR SUPERMERCADOS S.A	BA		7.207	6236	5129	6397						n.d	
IRMÃOS BRETTAS & FILHOS LTDA	MG	755	1200	1820	1820	2325	2370	2554	3215	4018	4209	n.d	5942
WAL-MART BRASIL								3943	9751	7155	6828	n.d	7032

Os 10 maiores estabelecimentos de cada ano estão registrados em negrito na coluna número de funcionários

n.d. não foram disponibilizadas as informações do número de funcionários para o ano de 2002

Fonte: Associação Brasileira de Supermercados

Nota: Tabela elaborada pelo autor com base no ranking anual das 300 empresas catalogadas anualmente pela consultoria A C Nielsen Associados e pela Associação Brasileira de Supermercados

TABELA 3-B: NÚMERO ANUAL DE FUNCIONÁRIOS DOS 20 MAIORES SUPERMERCADOS

EMPRESA	UF	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
CARREFOUR COM E IND S/A	SP	14.115	18.061	22.658	21.780	23.976	20.379	28.195	37.004	44.571	45.424	n.d	45.899
CIA BRASILEIRA DE DISTRIBUICAO	SP	17.000	19.329	20.142	20.429	20.737	19.653	28.398	34.624	50.106	52.060	n.d	55.557
PAES MENDONÇA	SP	20.302	9.625	7.047	6052	6190	5840	4393				n.d	
CASAS SENDAS COM E IND SA	RJ	12.755	12.513	12.012	11.417	11.849	11.439	12.257	14.782	13.601	14.417	n.d	12.057
BOMPRECO SA SUPERMERCADOS DO NE	PE	10.408	10.911	8.616	8.775	8.576	14.837	15.016	17.980	19.613	19.344	n.d	16.342
CIA ZAFFARI DE SUPERMERCADOS	RS	5.314	5.681	5.569	5.729	5.894	5.511	6.550	6.488	6.185	6.850	n.d	7.552
ELDORADO SA COM IND IMP	SP	4.135	3.619	3.657	3.660	2.577	1.951					n.d	
SONAE DISTRIB. BR S/A	RS	4.281	4.876	4.786	4.354	3.889	4.222	10.630	19.527	20.396	21.028	n.d	20.923
NACIONAL CENTRAL DIST ALIM LTDA	RS	6.221	6.906	6.221	7.513	6.741	6.025	7.367				n.d	
SESI SERVICO SOCIAL INDUSTRIA SP	SP	2.017	2.133									n.d	
REDE BARATEIRO SUPERMERCADOS	SP	4.735	5.216	4.045	4.480	4.961	5.106					n.d	
COOP GRUPO RODHIA	SP	3.092	2.959	2.845	2.700	2.847	2.782	2.705	2.619	3.019	3.188	n.d	3.837
COMIL GENTIL MOREIRA S/A	SP	3.874	3.856	3.865	3.199	2.672	2.077	2.096		6.185		n.d	
JERÔNIMO MARTINS/SÉ SUPERMERCADOS	BA	3.257	3.349	3.495	3.963	4.033	3.924	3.582	5.000	6.091	6.984	n.d	
CDA - CIA DOSUL DE ABASTECIMENTO	RS	3.880	3.820	2.800	950							n.d	
PERALTA COML IMP LTDA	SP	4.505	4.000	3.377	3.022	3.072	3.800	3.200				n.d	
DEMETERCO & CIA LTDA	PR	3.060	2.518	3.522	3.868	4.050	4.000					n.d	
RAINHA SUPERMERCADOS LTDA	RJ	2.835	2.763	2.541	2.496	2.486	2.692	3.205				n.d	
G BARBOSA & CIA LTDA	SE	3.327	3.372	3.116	3.159	3.315	3.856	4.624	5.029	6.050	5.764	n.d	5.649
SUPERMERCADOS MUNDIAL LTDA	RJ	2.190	2.247	2.350	2.323	2.227	2.330				2.812	n.d	
A ANGELONI & CIA LTDA	SC	2.000	2.030	2.230	2.307	2.469	2.567	2.514	3.032	4.021	4.468	n.d	4.695
SUPERMERCADOS CONDOR LTDA	PR	1.523	1.503	1.688	1.772	1.990	2.116	1.956	2.100	2.729	2.715	n.d	3.200
SUPERMERCADOS VITORIA LTDA	SC	1.897	1.769	1.775	2.098	2.358	3.351	3.486	3.481	3.575		n.d	
EPA SUPERMERCADOS AS/DMA DISTRIB. LT	MG	1.312	1.395	1.420	1.778	1.654	1.511	2.365	2.575	2.670	3.370	n.d	5.297
ORG N SRA DA ABADIA LTDA	MG	1.106	1.814	1.814	2.200		3.459	3.787				n.d	
CONTINENTE SUPERMERCADOS LTDA	RJ	1.600	1.799	2.190	3.000	2.500	3.100					n.d	
SONDA SUPERMERCADOS EXP E IMP LT	SP	861	1.879	1.977	2.059	2.251	1.610	1.518	2.018	1.932	2.335	n.d	2.674
IRMÃOS MUFATO CIA LTDA	PR	920	1.093	1.912	1.012							n.d	3.673
SUPERMERCADOS RONCETTI/UNIBRAS	ES	1.075	1.165	1.236	1.512		1.302	2.659				n.d	

UNIMAR SUPERMERCADOS S.A	BA		7.207	6236	5129	6397						n.d
D'AVO SUPERMERCADOS LTDA	SP	489	449	616	598	733	985	1195	1505	1792	1991	n.d
IRMÃOS BRETAS & FILHOS LTDA	MG	755	1200	1820	1820	2325	2370	2554	3215	4018	4209	n.d
EMPR BAIANA DE ALIM. S A EB	BA					3393	4971	4608	4476	4645	4358	n.d
WAL-MART BRASIL								3943	9751	7155	6828	n.d
LIDER SUPERMERCADOS	PA								3286	3219	3286	n.d
Y YAMADA S/A COM IND	PA							778	1934	1745	2050	n.d
SAVEGNAGO SUPERMERCADOS LTDA	SP	263	373	373			416	610	657	791	1012	n.d

n.d. não foram disponibilizadas as informações do

Fonte: Associação Brasileira de

Nota: Tabela elaborada pelo autor com base no ranking anual das 300 empresas catalogadas anualmente pela consultoria A C Nielsen Associados e pela Associação Brasileira de Supermercados

TABELA 4: NÚMERO ANUAL DE LOJAS DOS 50 MAIORES SUPERMERCADOS POR FATURAMENTO

	UF	1992	1.993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
RAZÃO SOCIAL													
CARREFOUR COM E IND SA	SP	28	29	33	38	44	49	82	152	201	227	270	329
CIA BRASILEIRA DE DISTRIBUICAO	SP	248	233	216	218	223	238	285	349	416	443	500	497
PAES MENDONCA SA	BA	115	51	39	35	35	35	26					
CASAS SENDAS COM E IND SA	RJ	56	56	57	55	56	58	60	82	86	84	84	76
BOMPRECO SA SUPERMERCADOS DO NE	PE	84	74	73	59	50	93	91	100	106	110	119	118
CIA ZAFARI DUPERMERCADOS	RS	18	18		18	18	18	19	19	19	22	23	26
ELDORADO SA COM IND IMP	SP	8	8	8	8	8	8						
CIA REAL DE DISTRIBUICAO/SONAE	RS	42	40	39	35	34	34	49	164	170	168	160	148
NACIONAL CENTRAL DIST ALIM LTDA	RS	60	62	65	72	65	76	84					
SESI SERVICO SOCIAL INDUSTRIA SP	SP	115	112										
REDE BARATEIRO DE SUPERMERCADOS	SP	26	29	29	29	30	32						
COOP CONS EMP GRUPO RODHIA	SP	10	10	10	10	10	11	11	11	14	17	20	21
COML GENTIL MOREIRA SA	SP	32	30	30	29	31	26	26					
SE SA COM E IMP	SP	13	15	15	17	18	23	28	48	59	62		
CDA - CIA DOSUL DE ABASTECIMENTO	RS	93	60	36	22								
PERALTA COML IMP LTDA	SP	39	39	38	38	38	37	37					
DEMETERCO & CIA LTDA	PR	11	11	12	13	13	13						
RAINHA SUPERMERCADOS LTDA	RJ	15	15	14	13	15	15						
G BARBOSA & CIA LTDA	SE	38	38	36	34	34	32	33	34	35	35	32	32
SUPERMERCADOS MUNDIAL LTDA	RJ	13	13	14	14	14	13	13	15	15	15	15	
SUPERMERCADOS TULHA LTDA	SP	14	14	20	20								
ABASTECEDORA BRAS CEREAIS LTDA	RJ	5	5	5	5	6	6	20	24	27			
FREEWAY SUPERMERCADOS SA	RJ	1	1	1	1	1							
A ANGELONI & CIA LTDA	SC	14	14	14	14	14	15	14	15	17	17	19	18
SUPERMERCADOS CONDOR LTDA	PR	16	16	17	17	17	17	17	17	18	18	20	20
SUPERMERCADOS VITORIA LTDA	SC	24	25	24	23	24	35	40	36	40			
REDE STO ANTONIO DE SUPERM LTDA	SP	18	18										
TRES PODERES SA SUPERMERCADOS	RJ	13	13	14	14	16	16	17					
EPA SUPERMERCADOS AS/ DMA	MG	24	25	18	25	25	23	26	24	27	42	44	57
DIAS PASTORINHO SA COM E IND	SP	11	11	11	10	10	10	10	10	10	9	9	9

CONTINUAÇÃO DA TABELA 4

SUPERMERCADOS IMPERATRIZ	SC	11	12	11	11	11	13	13	18	18	19		
COML DELTA PONTO LTDA	SP							4	4	6	6	9	9
SANTA CRUZ LTDA	GO	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	7	7
AM PM COMESTÍVEIS LTDA	RJ										423	439	
ARAÚJO HIPERMERCADO	MG	6	7	8	8	8	8	8	8	9	10	10	10
COML OSWALDO CRUZ LT	SP	10	10	10	10	12	12	12	15	11	11	13	13
COOP CONS COPERCICA	SP									3	3		
COVABRA COML LTDA										7	7	7	7
ECON SUPERMERCADO	SP										75	84	
FUTURAMA SUPERMERCADO	SP					3	5	5	6	7	8	8	9
IMP E EXP DE CEREAIS S.A	RS										11	13	13
SUPER CASAGRANDE									6	6	7	8	9
SUPERMAIA SUPERMERCADO LT	DF						2	3	8	8	4	8	8

Fonte: Associação Brasileira de Supermercados

Nota: Tabela elaborada pelo autor com base no ranking anual das 300 empresas catalogadas anualmente pela consultoria A C Nielsen Associados e pela Associação Brasileira de Supermercados

TABELA 4 A : NÚMERO ANUAL DE LOJAS DOS 20 MAIORES SUPERMERCADOS EM FATURAMENTO

RAZÃO SOCIAL	UF	1992	1.993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
CARREFOUR COM E IND SA	SP	28	29	33	38	44	49	82	152	201	227	270	329
CIA BRASILEIRA DE DISTRIBUICAO	SP	248	233	216	218	223	238	285	349	416	443	500	497
PAES MENDONÇA SA	BA	115	51	39	35	35	35	28					
CASAS SENDAS COM E IND SA	RJ	56	56	57	55	56	58	60	82	86	84	84	76
BOMPREÇO SA SUPERMERCADOS DO NE	PE	84	74	73	59	50	93	91	100	106	110	119	118
CIA ZAFARI DUPERMERCADOS	RS	18	18	18	18	18	18	19	19	19	22	23	26
ELDORADO SA COM IND IMP	SP	8	8	8	8	8	8						
CIA REAL DE DISTRIBUICAO/SONAE	RS	42	40	39	35	34	34	49	164	170	168	160	148
NACIONAL CENTRAL DIST ALIM LTDA	RS	60	62	65	72	65	76	84					
SESI SERVICO SOCIAL INDUSTRIA SP	SP	115	112										
REDE BARATEIRO DE SUPERMERCADOS	SP	28	29	29	29	30	32						
COOP CONS EMP GRUPO RODHIA	SP	10	10	10	10	10	11	11	11	14	17	20	21
COML GENTIL MOREIRA SA	SP	32	30	30	29	31	26	26					
SE SA COM E IMP	SP	13	15	15	17	18	23	28	48	59	62		
CDA - CIA DOSUL DE ABASTECIMENTO	RS	93	60	40	22								
PERALTA COML IMP LTDA	SP	39	39	38	38	38	37	37					
DEMETERCO & CIA LTDA	PR	11	11	12	13	13	13						
RAINHA SUPERMERCADOS LTDA	RJ	15	15	14	13	15	15	15					
G BARBOSA & CIA LTDA	SE	38	38	36	34	34	32	33	34	35	35	32	32
SUPERMERCADOS MUNDIAL LTDA	RJ	13	13	13	14	14	13	14	14	15	15	15	
UNIMAR SUPERMERCADOS S.A	BA						6	7	7	7	7	7	7
CANDIA MERCANTIL NORTE SUL LTDA	SP					2	3						
CONTINENTE SUPERMERCADOS LTDA	RJ	6	7	7	8	8	9						
A ANGELONI & CIA LTDA	SC	14	14	14	14	14	15	14	15	17	17	18	18
SONDA SUPERMERCADOS EXP E IMP LT	SP	3	5	5	5	6	4	4	7	7	9	10	10
ORG N SRA DA ABADIA LTDA	MG	25	29	29	30	32	32	33					
EMPR BAIANA DE ALIM. S A EB	BA					403	402	409	410	414	418	419	421
SUPERMERCADOS RONCETTI AS/ UNIBRAS ALIMENTOS	ES	9	10	10	10		8	17					
SUPERMERCADOS VITORIA LTDA	SC	24	25	24	23	24	35	40	36	40			
IRMAOS BRETAS & FILHOS LTDA	MG					19	22	28	30	33	34	36	40
WAL-MART BRASIL	SP							9	9	20	22	22	25
LIDER SUPERMERCADOS	PA								11	11	11	11	11
SUPERMERCADOS CONDOR LTDA	PR	16	16	17	17	17	17	17	17	18	18	20	20
EPA SUPERMERCADOS AS/ DMA DISTRIB. LT	MG	24	25	18	25	25	23	26	24	27	42	44	57
D'AVO SUPERMERCADOS LTDA	SP					4	5	5	6	6	7	7	7
Y YAMADA S/A COM IND	PA								10	11	24	12	11
IRMÃOS MUFATO CIA LTDA	PR	11	11	10	10	10	10	11	11	13	15	16	16
SAVEGNAGO SUPERMERCADOS LTDA	SP								11	12	13	14	15

Fonte: Associação Brasileira de Supermercados

TABELA 4 B : NÚMERO ANUAL DE LOJAS DOS 10 MAIORES SUPERMERCADOS EM FATURAMENTO

EMPRESA	UF	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
CARREFOUR COM E IND AS	SP	28	29	33	38	44	49	82	152	201	227	270	329
CIA BRASILEIRA DE DISTRIBUICAO	SP	248	233	216	218	223	238	285	349	416	443	500	497
PAES MENDONÇA	SP	115	51	39	35	35	35	26					
CASAS SENDAS COM E IND SA	RJ	56	56	57	55	56	58	60	82	86	84	84	76
BOMPRECO SA SUPERMERCADOS DO NE	PE	84	74	73	59	50	93	91	100	106	110	119	118
CIA ZAFFARI DE SUPERMERCADOS	RS	18	18	18	18	18	18	19	19	19	22	23	26
ELDORADO SA COM IND IMP	SP	8	8	8	8	8	8						
CIA REAL DE DISTRIBUICAO / SONAE DISTRIB. BR S/A	RS	42	40	39	35	34	34	49	164	170	188	160	148
NACIONAL CENTRAL DIST ALIM LTDA	RS	60	62	65	72	65	76	84					
SESI SERVICOS SOCIAL INDUSTRIA SP	SP	115	112										
UNIMAR SUPERMERCADOS S.A	BA							6	7	7	7	7	7
REDE BARATEIRO SUPERMERCADOS	SP	26	29	29	29	30	32						
JERÔNIMO MARTINS/SÉ SUPERMERCADOS	BA	13	15	15	17	18	23	28	48	59	62		
WAL-MART BRASIL								9	9	20	22	22	25
G BARBOSA & CIA LTDA	SE	38	38	36	34	34	32	33	34	35	35	32	32
COOP GRUPO RODHIA	SP	10	10	10	10	10	11	11	11	14	17	20	21
IRMÃOS BRETTAS & FILHOS LTDA	MG					19	22	28	30	33	34	36	40

Fonte: Associação Brasileira de Supermercados

Nota: Tabela elaborada pelo autor com base no ranking anual das 300 empresas catalogadas anualmente pela consultoria A C Nielsen Associados e pela Associação Brasileira de Supermercados

TABELA 5: COMPARATIVO DA CONCENTRAÇÃO OCORRIDA NO SETOR NO PERÍODO DE 12 ANOS CONSIDERANDO-SE APENAS OS 50 MAIORES SUPERMERCADOS EM FATURAMENTO

		1992	2003
CARREFOUR COM E IND	SP	19,750	21,965
CIA BRASILEIRA DE DISTRIBUICAO	SP	11,188	25,470
PAES MENDONÇA	SP	10,520	(*)
CASAS SENDAS COM E IND AS	RJ	5,777	4,528
BOMPREGO SA SUPERMERCADOS DO NE	PE	5,276	6,857
CIA ZAFFARI DE SUPERMERCADOS	RS	2,665	2,355
ELDORADO SA COM IND IMP	SP	2,622	(**)
CIA REAL DE DISTRIBUICAO / SONAE DISTRIB. BR S/A	RS	2,501	7,433
NACIONAL CENTRAL DIST ALIM LTDA	RS	2,470	(**)
SESI SERVICO SOCIAL INDUSTRIA SP	SP	2,398	
REDE BARATEIRO DE SUPERMERCADOS	SP	2,205	(*)
COOP CONS EMP GRUPO RODHIA	SP	2,124	1,873
COML GENTIL MOREIRA SA	SP	2,053	
JERONIMO MARTINS/ SE SUPERM.	BA	1,770	(****)
CDA - CIA DOSUL DE ABASTECIMENTO	RS	1,649	
PERALTA COML IMP LTDA	SP	1,479	(*)
DEMETERCO & CIA LTDA	PR	1,477	(***)
RAINHA SUPERMERCADOS LTDA	RJ	1,347	(**)
G BARBOSA & CIA LTDA	SE	1,070	1,840
SUPERMERCADOS	RJ	1,012	(****)
SUPERMERCADOS TULHA LTDA	SP	0,958	
ABASTECEDORA BRAS CEREAIS LTDA	RJ	0,950	(****)
FREEWAY SUPERMERCADOS SA	RJ	0,859	(*)
A ANGELONI & CIA LTDA	SC	0,815	1,473
SUPERMERCADOS CONDOR LTDA	PR	0,720	1,139
SUPERMERCADOS VITORIA LTDA	SC	0,707	
REDE STO ANTONIO DE SUPERM LTDA	SP	0,695	
TRES PODERES SA SUPERMERCADOS	RJ	0,691	(****)
EPA SUPERMERCADOS AS/ DMA DISTRIB	MG	0,689	1,564
DIAS PASTORINHO SA COM E IND	SP	0,686	0,308
SUPERMERCADOS NORDESTAO LTDA	RN	0,684	0,534
ORG N SRA DA ABADIA LTDA	MG	0,670	(**)
CONTINENTE SUPERMERCADOS LTDA	RJ	0,637	(**)
CINTRA & CIA LTDA	BA	0,628	
PEDRO MUFFATO E CIA LTDA	PR	0,577	
CASAS DO OLEO LTDA	AM	0,571	
SESI SERVICO SOCIAL INDUSTRIA SC	SC	0,568	
CASAS GUANABARA COMESTIVEIS LTDA	RJ	0,566	
J MELO IMP E EXP LTDA	CE	0,546	
FECOB FED COOP BANCO BRASIL LTDA	SP	0,539	
MERCADINHO NOVA VIDA LTDA	PE	0,530	
SENFF PARATI SA	PR	0,517	(*)
SUPERMERCADOS LUSITANA LTDA	MA	0,502	
SONDA SUPERMERCADOS EXP E IMP LT	SP	0,502	1,212
IRMÃOS MUFATO CIA LTDA	PR	0,484	1,252
SUPERMERCADOS RONCETTI / UNIBRAS ALIMENTOS	ES	0,479	(**)
COOP CONS EMP VOLKSWAGEN BRASIL	SP	0,477	

SUPERMERCADOS BATAGIN LTDA	SP	0,471	
COOP AGRIC DE COTIA	SP	0,470	
COM CEREAIS ARROZ ENXUTO LTDA	SP	0,458	
IRMAOS BRETAS & FILHOS LTDA	MG	0,336	1,616
D'AVO SUPERMERCADOS LTDA	SP	0,455	0,757
EMPR BAIANA DE ALIM. S A EB	BA	0,000	0,968
SUPERM IRMAOS LOPES LT	SP	0,186	0,448
SUPERMERCADOS BAHAMAS LTDA	MG	0,442	0,609
WAL-MART BRASIL	SP		3,864
SUPERMERCADO MODELO LT	MT	0,196	0,439
NAZARÉ COML DE ALIMENTO	PA	0,186	0,349
VIABRASIL COM IND LTDA	MG		0,258
LÍDER SUPERMERCADOS	PA	0,345	1,196
Y YAMADA S/A COM IND	PA		1,146
SUPERMERCADOS GIMENES	SP	0,378	0,617
CARVALHO E FERNANDES LT	PI		0,633
IMPÉRIO DA BANHA LTDA	RJ	0,309	0,344
SAVEGNAGO SUPERMERCADOS LTDA	SP	0,146	0,639
GIASSI & CIA LTDA	SC	0,239	0,536
COML UNIDA DE CEREAIS LT	RS	0,230	0,298
FORMOSA SUPERMERCADOS	PA	0,143	0,394
CASA AVENIDA COM IMP LT	SP	0,102	
SUPERMERCADOS ALTO DA POSSE LTDA	RJ	0,152	0,278
SUPERMERCADO SUPERPÃO	PR	0,140	0,346
COOP DOS CAFEICULTORES	SP	0,279	0,262
JAD ZOGTHEIB & CIA LTDA	SP	0,110	0,289
UNISUPER S/A	ES		0,430
COMERCIAL DELTA PONTO CERTO LTDA	SP		0,312
SANTA CRUZ IMP COM AL	GO	0,067	0,339
FUTURAMA SUPERMERCADO LTDA	SP	0,183	0,383
COVABRA COML LTDA	SP		0,392
IMPORTADORA E EXPORTADORA DE CEREAIS	RS	0,2303	0,295
AM/PM COMESTÍVEIS LTDA	RJ		0,383
ECON SUPERMERCADOS S.A	SP		0,270
SUPERMERCADOS CASAGRADE LT	ES		0,253
SUPERMAIA SUPERMERCADO	DF		0,252
ARAÚJO HIPERMERCADOS S.A	MG		0,245
COML OSWALDO CRUZ LTDA	SP	0,423	0,242

Fonte: Associação Brasileira de Supermercados

das 300 empresas catalogadas anualmente pela consultoria A

VALORES EM PERCENTUAIS, RELATIVOS AO FATURAMENTO DAS RESPECTIVAS EMPRESAS EM RELAÇÃO ÀS 50 MAIORES

OS REGISTROS EM NEGRITO REFEREM-SE ÀS EMPRESAS CATALOGADAS NO RANKING ABRAS

ENTRE AS 50 MAIORES EM 2003. AS 50 PRIMEIRAS RELACIONADAS PERTENCEM AO RANKING

ABRAS 1992

(*) AS REDES DE SUPERMERCADOS BARATEIRO, PERALTA, NAGUMO E MILLO'S DE SÃO PAULO, FREEWAY E PAES MENDONÇA DO RJ E SENF/PARATI DO PR FOF

(**) A REDE DE SUPERMERCADOS PLANALTO NO DF, MINEIRÃO/MG, A REDE RONCETTI NO ES, A REDE ELDORADO EM SP E AS REDES RAINHA, CONTINENTE E D

(***) AS REDES NACIONAL E REAL DE SUPERMERCADO DO RS, A REDE CÂNDIA DE SP E DEMETERCOMERCADORAMA E COLETÃO DO PR FORAM ADQUIRIDAS PI

(****) A REDE SÉ DE SUPERMERCADOS DO GRUPO GARANTIA QUE HAVIA ADQUIRIDO AS REDES ABC/MUNDIAL FOI ADQUIRIDA PELA REDE PORTUGUESA JERÔNIO

(*****) A REDE TRÊS PODERES DO RJ FOI ADQUIRIDA PELO GRUPO SENDAS DO RJ